التغطية الإخبارية للتليفزيون

تأليف

كارولين ديانا لويس

ترجمة

محمود شكرى العدوى

مراجعة وتقديم

سعد لبيب

الناشر

المكتبة الأكاديمية

١٩٩٣



التغطية الإخبارية للتليفزيون

حقوق النشر

الطبعة الأجنبية :

REPORTING FOR TELEVISION

الطبعة العربية الأولى ١٩٩٣ :

المكتبة الأكاديمية
١٢١ ش التحرير – الدقى – القاهره
تليفون: ٣٤٨٥٢٨٢ / ٣٤٩١٨٩٠
تلكس: ABCMN U N ٩٤١٢٤
فاكس ٣٤٩١٨٩٠ - ٢٠٢

بسم الله الرحمن الرحيم

هذا الكتاب

رغم أن اسم هذا الكتاب «التغطية الإخبارية للتليفزيون» يوحى بأنه ينصب فقط على عمل المندوب الإخبارى فى جمع الأخبار من مصادرها المختلفة، إلا أن طبيعة العمل الإخبارى فى المحطات التليفزيونية الأمريكية، يجعل مهمة المندوب أشمل من مجرد التغطية الإخبارية بالشكل التقليدى الذى تعرفه الهيئات التليفزيونية العربية.

فهذه المهمة تتسع لتشمل جمع المعلومات وتقييمها فى إطار الأخلاقيات التى تفرضها الصحافة التليفزيونية، وما تتعرض له من ضغوط الرغبة فى الانتشار الشعبى وجذب المعلنين، كما تشمل الوصف الذى يقدمه المندوب بالصوت والصورة من موقع الحدث، وكتابة التعليق على الصورة وتسجيله وإذاعته، وإجراء اللقاءات فى موقع الحدث أو خارجه، بل وإذاعة الحدث مع الوصف التفصيلى له على الهواء مباشرة إذا اقتضى الأمر ذلك وتوافرت الإمكانيات، وسواء كان ذلك فى إطار نشرة الأخبار أو خارجها. ويتصل بهذا التقنيات الخاصة بالمونتاج وأوضاع الكاميرا والمندوب وأنواع اللقطات فى اللقاءات التى يجريها، وكيفية صنع التتابع المؤثر لأجزاء الحدث، المصور منها والمكتوب والمسجل بأصوات الشخصيات المتصلة بموضوع الحدث، وكيفية استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة فى تجميع أجزاء الخبر ونقله إلى المحطة بالوسائل الإلكترونية، أو إذاعته على الهواء مباشرة للجمهور، مع التعرض للاعتبارات المختلفة التى تتحكم فى ترتيب الأخبار داخل النشرة.

وهكذا نرى أن موضوع الكتاب يتسع ليشمل القواعد والتقنيات المتصلة بعمل المندوب والمحرر والمذيع ومسئول الإنتاج والمونتير ومدير التحرير، أى أنه يتسع لكل ما يتصل بالنشاط

الإخبارى التليفزيونى فى الوقت الحاضر، بل وفى المستقبل المنظور أيضاً، فى ضوء التطور المستمر فى تكنولوجيا الاتصال.

ولعل مما يلفت انتباه القارئ، أن الكتاب يركز على العمل الإخبارى فى محطات التليفزيون «المحلية» فى الولايات المتحدة الأمريكية، وهنا لابد من وقفة قصيرة لتوضيح النظام الذى يقوم عليه العمل التليفزيونى فى الولايات المتحدة. فبالنظر إلى الاتساع الجغرافى للدولة، وقيامها على فكرة الوحدات الجغرافية التى تتمتع بقدر كبير من الاستقلال فى إدارة شئونها فى إطار الإتحاد الشامل الذى يضمها جميعاً، وأخذها بمبادئ الديمقراطية والحرية الاقتصادية المعتمدة على المنافسة الحرة، فقد تشكل النظام التليفزيونى الأمريكى على أساس قيام عدد محدود من الشبكات القومية، غالبيتها العظمى على أسس تجارية، تقدم خدماتها للمشاهدين فى كل الولايات المتحدة، بالإضافة إلى عدد كبير جداً من المحطات التليفزيونية المحلية التى تخدم مناطق محدودة. وباستثناء بعض المحطات التليفزيونية الصغيرة والمحدودة، التى تتبع بعض الجامعات أو المؤسسات التعليمية أو المجتمعات الخاصة، فإن المحطات المحلية تقوم على أسس تجارية، أى أنها تعتمد فى تمويلها على دخلها من الإعلانات، أو الاشتراكات أيضاً فى حالة بث برامجها عن طريق الشبكات الأرضية (الكوابل)، أو باستخدام شفرة خاصة يلزم لاستقبالها وجود أجهزة فك الشفرة لدى المستقبلين، وهذه تعطى مقابل الاشتراك.

والمحطات المحلية إما أنها تعمل مستقلة تماماً لخدمة جمهورها فى المنطقة المحلية المستهدفة، أو أنها ترتبط بإحدى الشبكات القومية، وفى هذه الحالة تلتقط بعض برامجها ونشراتها الرئيسية لتذيعها مع الخدمة المحلية وتتكامل معها.

وطبيعى أن يكون هدف النشاط الإخبارى فى المحطات المحلية تغطية الأخبار المحلية، وإعطاءها الأولوية، فى حين تهتم الشبكات القومية بالأخبار الأمريكية العامة والأخبار الدولية. ولذلك فإن الخبرة الأولى لمن يعمل فى مجال الأخبار، لابد أن تكتسب من العمل فى المحطات المحلية، وهو ما يجعل لهذا الكتاب أهمية خاصة للمهتمين بالعمل الإخبارى التليفزيونى فى المنطقة العربية.

* * *

والكتاب يجمع بين الفكر الأكاديمي المعتمد على العلم والتفكير المنطقي والتراث المتواصل لفنون الصحافة التليفزيونية مقارنة بالصحافة المطبوعة، وبين الخبرة العملية الميدانية فى جمع الأخبار التليفزيونية، وإعدادها وصياغتها بالصورة والكلمة، وتقديمها، والخبرة المستمدة من داخل غرفة الأخبار وما تتعرض له من ضغوط، وما يسيطر عليهامن اتجاهات.

ومؤلفة الكتاب «كارولين ديانا لويس» تجمع بين المعرفة الأكاديمية والخبرة العملية، فهى أستاذ مشارك فى معهد الصحافة بجامعة كولومبيا، ولها تاريخ طويل فى العمل الميدانى، فقد عملت مندوبة لوكالة الصحافة المتحدة الدولية UPI ، وصحيفة واشنطن بوست، وبعض محطات الإذاعة والتليفزيون، واشتركت فى تغطية كثير من الأنباء المحلية، وحركات الحقوق المدنية والمظاهرات المعادية للحرب، وفى تحقيقات ووترجيت.

أما المترجم الأستاذ محمود شكرى العدوى فهو يشغل الآن منصب المدير العام لأخبار التليفزيون المصرى وله خبرة طويلة فى التغطية الإخبارية لعدد من الأحداث المصرية والعربية المهمة، ويحاضر فى كلية الإعلام بجامعة القاهرة ومعهد التدريب التليفزيونى فى مصر، وفى عدد من الدول العربية.

ولذلك فالكتاب يمثل دليل عمل موجزاً لكل المتصلين بالنشاط الإخبارى فى التليفزيون، من مندوبين ومحررين ومذيعين ومقدمين لنشرات الأخبار والبرامج الإخبارية، ومعلقين على الأحداث الجارية، كما يعتبر مرجعاً علمياً وعملياً لطلبة كليات الإعلام ومعاهد التدريب الإعلامى العربية.

* * *

وقد يكون من المفيد تنبيه القارئ فى هذه المقدمة، إلى ملاحظة عدد من الخلافات فى واقع العمل الإخبارى التليفزيونى، بين التجربة الأمريكية التى يعرضها هذا الكتاب، والواقع العملى فى الهيئات التليفزيونية العربية، رغم أن الأصول المهنية والنظرية التى يعرضها، واجبة التطبيق فى كل الأحوال.

ولعل أهم هذه الخلافات، أن المؤسسات التليفزيونية الأمريكية مؤسسات تجارية، يشغلها جذب المعلنين الذين تعتمد عليهم فى تمويل نشاطها. وصحيح أنها ملزمة أدبياً وقانونياً بتقديم الأخبار كخدمة عامة لجمهور المشاهدين، إلا أن اهتمامها بتحقيق الجماهيرية اللازمة للحصول على أكبر قدر ممكن من الإعلانات، يجعل للإثارة والتشويق، الأولوية على الإعلام الصحيح، وما يقتضيه من تنوير. بينما الخدمات التليفزيونية العربية جميعاً، وباستثناءات محدودة جداً، هيئات للخدمة العامة، ولا تعتمد على الإعلانات إلا فى حدود ضيقة، إذ إن ميزانيتها جزء من ميزانية الدولة. وحتى مع اعتماد معظم هذه الهيئات على الإعلان كأحد مصادر التمويل، إلا أنها تحرص كل الحرص على ألا يدخل الإعلان فى نشرات الأخبار أو البرامج الإخبارية.

ويؤثر هذا الاختلاف على عمليات اختيار الأخبار ومعالجتها، وترتيب موادها، وكيفية التحاور فى اللقاءات الإخبارية، ونوعية الأسئلة المطروحة. ولكن يظل تزويد جمهور المشاهدين بالمعلومات الضرورية التى يحتاجها لفهم الأحداث، هدفاً أساسياً فى كل الحالات، بما يستلزمه من عمق فى التغطية، وبساطة فى العرض، ونزاهة فى تناول الموضوع من زواياه المختلفة، مع الحرص على أن يتحقق للعرض الإخبارى، أكبر قدر من الجاذبية والتشويق المبنى على المهارة المهنية، لضمان استمرارية التواصل مع المشاهدين، وهو مايحاول هذا الكتاب أن يؤكده دائماً، ويقدم الأساليب الفنية المناسبة للوصول إلى هذه الأهداف.

ويشير الكتاب الى مصطلحات فى وظائف الأخبار لم يجر العرف فى التليفزيونات العربية على استخدامها، بل ربما أن هذه الوظائف لا توجد هنا أصلاً، أو توجد تحت مسميات أخرى. وعلى سبيل المثال وظيفة «المنتج» فى الأخبار، وهو المسئول عن النشرات والبرامج الإخبارية، وهى وظيفة مماثلة للمنتج فى السينما وفى المسلسلات والأفلام التليفزيونية وهو غير المخرج، ولا وجود لمثل هذه الوظيفة عندنا، ومدير الأخبار ومساعدوه هم الذين يتولون عندنا هذا العمل. ثم «كبير المذيعين» أو «مذيع ربط الأخبار» أى المذيع الرئيسى للنشرة الذى يتولى قراءة مقدمات الأخبار، والأخبار الإذاعية أى التى ليست لها صورة، ثم يتولى كل مندوب تقديم الخبر أو الأخبار التى جمعها، وهو أمر لا وجود له فى التليفزيونات العربية، فاكتفت الترجمة بتسمية هذا المذيع «بمذيع النشرة» .. وهناك «مدير التكليفات» وهو الشخص المسئول

عن حصر الأخبار التى يراد تغطيتها وحصر الإمكانات الفنية والبشرية والمادية المتاحة له كل يوم، وعلى ضوئها وعلى ضوء ما يراه من أهمية الخبر، يقرر ما الذى تتم تغطيته من أخبار ويحدد المندوب وفريق التصوير والفريق الفنى اللازم لهذه التغطية، ويتولى الاتصال بهم فى الموقع لمتابعة ما يقومون به من عمل. وهى وظيفة يقوم بها فى التليفزيونات العربية رئيس المندوبين ويعاونه مساعد للإنتاج. أما اتخاذ القرار بما ينبغى تصويره وكيف، فهى مسئولية مديرالأخبار.

وهذه مجرد أمثلة. وفى كل مرة حاولت الترجمة العربية إعطاء المقابل العربى للمصطلح، حتى وإن كان غيرمألوف لدينا، ووفقت فى هذا الى أبعد حد.

* * *

تبقى كلمة عن تكنولوجيا الاتصال التليفزيونى التى أشار اليها الكتاب فى معرض الحديث عن طرق جمع الأخبار وإعدادها وبثها. ورغم أن الكتاب قد صدر منذ حوالى ثمانى سنوات.. إلا أن أنماط التكنولوجيا التى أشار اليها مازالت هى المستخدمة أساساً فى الهيئات التليفزيونية ومنها التليفزيونات العربية. فقد تحول تصوير الأخبار من الاعتماد على الأفلام الى الفيديو، وتطورت هذه الكاميرات وما يصاحبها من أجهزة الصوت والإضاءة بحيث أصبحت أصغر كثيراً فى الحجم وخفت حركتها، وقل عدد الفريق الفنى المصاحب للمندوب . وتحدث عن كاميرات ENG التى تقوم بعمليات المونتاج حتى أثناء جمع الأخبار، وهى لم تستخدم فى التليفزيونات العربية إلا أخيراً جداً، إذا كانت قد استخدمت أصلاً. ثم تحدث الكتاب عن «الميني كاميرا» الملحق بها جهاز للإرسال بالمكروويف، والتى تستطيع التصوير والإرسال مباشرة على الهواء، أو نقل ما تصوره مباشرة الى المحطة حيث يجرى إعداده للبث بعد فترة قصيرة. وحتى الآن لم تستخدم هذه التقنية فى الغالبية العظمى من التليفزيونات العربية، رغم أهميتها القصوى فى تصوير ونقل الأحداث الساخنة. ثم أشار إلى ما اتبع من نقل الأحداث من الأماكن النائية أو التى يصعب النقل منها بالميكروويف باستخدام هذه الكاميرا وتوجيه البث الى طائرة هليكوبتر مخصصة لهذا الغرض؛ حيث تعيد البث الى محطة التليفزيون لتسجيل الحدث أو إذاعته على الهواء مباشرة.

أما الجديد الذى حدث فى مجال التكنولوجيا المستخدمة فى تغطية الأخبار وإعداد النشرات والبرامج وإرسالها، فأهمه وسيلتان ... الأولى استخدام الأقمار الصناعية متوسطة القوة، حيث تتم التغطية من أى مكان فى العالم بالاستعانة بسيارة مجهزة تجهيزاً خاصاً، تتولى نقل الإشارة الى القمر الصناعى بعد حجز القناة أو القنوات اللازمة فى مواعيد محددة، ويتولى القمر إعادة البث إما إلى الجمهور مباشرة، أو إلى مركز المؤسسة الإخبارية لتتولى إعداده وبثه فى أقرب وقت ممكن. وقد رأينا فى المنطقة العربية، وفى العالم، تغطية أحداث حرب الخليج منقولة إلى المشاهدين ساعة وقوعها على هذا النحو. وقد أصبحت هذه السيارات المتصلة بالأقمار الصناعية متاحة سواء بالشراء أو الإيجار لفترات محددة.

أما التكنولوجيا الأخرى التى بدأ استخدامها فى السنوات الأخيرة، فهى ادخال نظم الكومبيوتر الى غرفة الأخبار والاستديوهات الملحقة بها، لتجميع الأخبار من المندوبين والمصادر الأخرى الداخلية والخارجية وإعدادها للإذاعة بعد إدخال ما يراد إدخاله من الحذف والإضافة وإعادة الترتيب وتوصيلها لكل من يتصل عملهم بالأخبار، على الأخص استديوهات تنفيذ الأخبار والبرامج الإخبارية وإذاعتها، وهو النظام المعروف عالمياً باسم بيزيس BYSIS.

ولن تتوقف التكنولوجيا فى تطورها. وسيظل هذا التطور مستمراً وبخطى أسرع. ولكن السؤال الذى ستظل الإجابة عليه هى الفيصل .. هل التكنولوجيا هى التى تصنع الأخبار أم الإنسان؟! وهل تظل المؤسسات التليفزيونية تلهث وراء التكنولوجيا الجديدة وتحاول توفير الاستثمارات اللازمة لها، دون أن تتوقف لتسأل نفسها، ما الذى ستقدمه هذه التكنولوجيا من إضافة، تحتاج اليها فى مجال الأخبار؟

والذى لا شك فيه أن التطورات التكنولوجية ستعين العاملين فى الأخبار على سرعة تغطية الأخبار بكفاءة أعلى، وعلى سرعة توصيلها للمشاهدين. ولكن ـ وهذا ما أكد عليه الكتاب فى حديثه عن المستقبل ـ يظل المسئولون عن التغطية الإخبارية هم الذين بيدهم أمر هذه الأخبار .. وهم المحور الرئيسى للنشاط الإخبارى التليفزيونى، سواء استطاعت المؤسسة

التليفزيونية توفير هذه التكنولوجيا أم عجزت إمكاناتها عن ذلك .. هم الذين يحددون مدى كفاءة التغطية الإخبارية وموضوعيتها ونزاهتها وجاذبيتها، ومدى تلبيتها لحاجة المشاهدين فى المعرفة وفهم اتجاهات الأحداث.

ويبقى هذا الكتاب دليلاً للعمل من أجل تحقيق هذه الأهداف..

القاهرة أكتوبر ١٩٩٢ سعد لبيب

المحتويات

مقدمة المؤلفة

أستهدف بهذا الكتاب أن يكون دليلاً عملياً لمن يدرسون التغطية الإذاعية، وللمندوبين والمنتجين الجدد فى محطات التليفزيون المحلية، وهو محاولة للجمع بين التبصير بالتفاصيل الجوهرية فى التغطية الإخبارية الميدانية وبعض النظريات والممارسات فى التغطية.

وقد نشأ الكتاب من عملى المبكر فى تدريس الصحافة الإذاعية فى جامعة بوسطن Boston University أولاً، ثم فى كلية الصحافة التابعة لجامعة كولومبيا Columbia University. ولقد اتجهت إلى التدريس بعد تمرس طويل فى عالم الصحف والإذاعة والصحافة التليفزيونية.

وكنت أظن، كما هو شأن كثيرين من المحترفين الذين تحولوا إلى التدريس، أن الأمر سهل، ولكنى إكتشفت أن هناك إختلافا كبيرا بين المعرفة العملية وكيفية شرحها للطلاب.

كنت فى حاجة إلى اكتشاف وصياغة المنطق والأسس والنظام الذى يحكم عملى وغيرى من المندوبين فى جمع المعلومات وتقييمها وترجمتها لخدمة الوسيلة التليفزيونية، فالذى تعلمته من الممارسة أصبح شيئاً غريزياً، وهو أمر حسن فى أداء المحترف، إلا أن هذه الغريزة المهنية شئ والتدريس شئ آخر.

وساقنى ذلك إلى دراسة وتحليل كيفية أداء مندوب التليفزيون لعمله، ثم قسمت الأساليب الفنية فى ذلك إلى عناصرها حتى يمكن نقلها إلى الطلاب.

وكانت أهدافى كمدرسة متعددة : أن أقدم توجيهاً عملياً فى التغطية الميدانية، وتعبئة الخبر (بمعنى تجميع عناصر الخبر، ووضعه فى صياغته النهائية)، وأن أوضح الحالة الذهنية

(*) المقصود بالإذاعة هنا الراديو والتليفزيون حسب تعريف الاتحاد الدولى للاتصالات.

للمندوب، وبعض الأساليب التى يلجأ اليها للحصول على المعلومات وتقييمها، والمقارنة بين الأخبار فى واقع حالها، وما يجب أن تكون عليه.

وقد عقدت العزم على أن أقود الطلاب فى خضم التحديات الصحفية والتكنولوجية المحير الذى يمكن أن يواجههم عند اشتغالهم كمندوبين. وشرعت فى وضع الخطوط العريضة، وتدوين الملحوظات، واستنباط كل ما يمكن استنباطه من الأسئلة والمشكلات الشائعة التى نشأت فى فصول الدراسة، وتجارب التغطية الميدانية.

والذى أدهشنى بدايةً هو الجهل العام لدى الدارسين عن كيفية عمل الأخبار، فالمعرفة والفهم محدودان جداً فى موضوعات مثل: ما الأخبار، والفوارق بين الصحافة والإذاعة.

وبينما وجدت أننى أستطيع أن أضع مبادئ عامة للتغطية، إلا أن كل خبر يقوم الطالب بتغطيته كان محدداً ومختلفاً على نحو معين، وكان على الطالب أن يتلمس طريقة لاستيعاب المبادئ العامة وتطبيقها بمرونة وابداع وذكاء فى تغطية الأحداث والمناسبات المختلفة. ونتيجة لذلك أصبحت التوجيهات النظرية والميدانية تشكل ثلثى عملية التدريس فقط، ويتمثل الجزء الختامى فى النقد والتقييم الذى يعقب إتمام الخبر.

ويعتمد كثير من التغطية الإخبارية التليفزيونية الجيدة على المستوى التعليمى للمندوب وحساسيته، وسلامة حكمه. حتى أننى وجدت نفسى دائماً فى حيرة وإحباط من صعوبة تدريس مستوى أعلى من الصحافة التليفزيونية للدارسين فى جامعة بوسطن، وفى كولومبيا .. ومن الطبيعى أنه يمكن تدريس الآليات، ولكن كيف تدرس عمليات الفكر، والمهارات التحليلية، وفن الكتابة الحيوية المتمكنة؟ والأخص من ذلك هو كيف يُدرس ذلك فى وقت قصير، بينما توجه طاقة الطالب نحو السيطرة على تعقيدات التكنولوجيا؟

وكان معظم التوجيه فى كلية الصحافة فى كولومبيا هو التعلم بالممارسة. وكان من الضرورى فرض ساعات «عملية» طويلة خلال البرنامج، الذى امتد تسعة أشهر فقط، بالإضافة إلى تحديد مواعيد نهائية حاسمة وتطبيق قواعد الانضباط المعمول بها فى

المؤسسات الإخبارية المحترفة. ويحاول المدرس باستمرار أن يجمع بين تدريس المادة والتكنيك فى «ورشة» إعداد الخبر التليفزيونى، كما هو الحال فى عناصر المنهج الأخرى، غير الإذاعية. ولما كانت ممارسة الصحافة على أحسن تقدير علماً غيرمحدد تحديداً واضحاً، وتتجلى فيه الفردية إلى حد كبير، وهو مفتوح لاحتمالات مختلفة، فإن على المدرس أن يستكشف الجوانب السلبية والإيجابية في كل خبر، بدلاً من التصنيف الثابت. إن مجال الأنماط الموروثة الثابتة فى الصحافة أو تدريسها محدود جداً.

وانى أدرك أن تدريس المادة ينبغى أن ينسج مع العملية اليومية للتغطية الإخبارية. وتعتمد المادة التى تدرس على طبيعة الخبر الذى يغطيه الطالب والأسئلة التى يثيرها الموضوع. ولقد فكرت فى وضع كتاب يتعامل ببساطة مع مادة الصحافة، تاريخاً وسياسة واقتصاداً وعلماً واجتماعاً وما إلى ذلك. ولكنى اكتشفت أن استيعاب هذا الميدان الواسع أمر بعيد المنال على مدرس واحد أو كتاب واحد. وما اخترته بدلاً من ذلك محدود نسبياً وعملياً، ألا وهو الربط بين نص الكتاب الدراسى وعالم الواقع.

أما وقد استوعبت هذه الحقيقة فقد قررت وضع كتاب يعد الطالب للعمل فى التليفزيون المحلى، لا على مستوى الشبكات. وعلى العموم فإن الخريجين لا يعملون مباشرة فى الشبكات، ولكنهم يعملون بداية فى المحطات التجارية المحلية حيث تختلف الضرورات الصحفية والاقتصادية عنها فى الشبكات.

وأخشى وأنا أضع هذا الكتاب أنى قد عبرت عن مشاعر شخصية مختلطة من الحب والكره تجاه المادة الإخبارية المحلية. وأعتقد أن الأخبار المحلية يمكن أن ترقى إلى مستويات فوق العادة، كما يمكن أن تكون بشعة. ويمكن أن تكون رخيصة كما يمكن أن تكون ذات وزن. وعادة ما يقصر تعريفها للأخبار عن التعريفات الشائعة فى الصحف والشبكات. ولهذا فهى كثيراً ما تكشف وتعرِّف الحياة فى المجتمع على نحو يخالف العمليات الإخبارية التقليدية. إنها مخلوق عجيب محير لايزال يبحث له عن روح وأخلاق.

وغرضى من هذا الكتاب هو مساعدة مدرس الصحافة أو مدير الأخبار الذى يدرب مندوبين جدد فى أن يعدهم لحقيقة الأخبار المحلية القائمة، وفى الوقت نفسه طرحت بعضاً

من قيمي المهنية التى تكونت خلال عملى كمندوبة طوال عشرين عاماً. وأنا على يقينٍ من أنه سينشأ جدل حول بعض مبادئ التغطية التى أؤمن بها، وهذا أمر يناسب مهنة تميل إلى نبذ القواعد والتعريفات الجامدة، وهى بطبيعتها تأنس إلى الجدل.

وبينما آمل أن يعين هذا الكتاب فى تعليم الأساليب الفنية، فسوف يثير حواراً وجدالاً حول كيفية جمع الأخبار وتقديمها، وكيف تستطيع أخبار التليفزيون المحلى أن تكون أفضل مما هى.

وكما سأشير لاحقاً فإن نوعية المنتَج (بفتح التاء) الإخبارى تحكمها مقتضيات الوسيلة والضرورات الاقتصادية للنشاط الإخبارى المحلى، وعوامل أخرى معظمها ذو طبيعة غير صحفية. والأمل الذى يخامر قلوب كثيرين من المدرسين - وأنا منهم - هو أن تلامذتهم سيتخرجون ويجعلون الأمور أفضل.

وقبل أن يفعل أحد ذلك لابد أن يفهم الأسباب التى تجعل أخبار التليفزيون المحلى كما هى، وماذا تطلبه الآن من مندوبيها، ومنتجيها وادارتها.

الفصل الأول

التغطية الإخبارية بين الصحافة والتليفزيون

الصحافة الإذاعية هى صحافة تتعامل فى المقام الأول مع الحقيقة دون الخيال، وتقتضى فى كل الأحوال من المثابرة والحرص على الدقة والعدالة والتوازن ما يُشكل أساس الوسيلة المطبوعة.

ومع ذلك فإنه من الواضح أن الصحافة الإذاعية تختلف عن الصحافة المطبوعة أيضاً. فروبن سميث Robyn Smith عندما تكتب شيئاً فى الصحيفة، فإن الذى ينشر للجمهورهو اسمها فقط، أما فى التليفزيون فهى تُرى وتُسمع؛ فارتباطها بالقصة الإخبارية شخصى ومباشر. وإذا تدخلت شخصية مندوب التليفزيون فى الحدث الذى تجرى تغطيته فإن تكنولوجيا التليفزيون تلعب دورها. ونحن جميعاً نعلم كيف أن الإنسان يتعمد إطلاق أحسن ابتساماته عندما يوجه صديق أو قريب «كاميرا» اليه لالتقاط صورة له. ومن المتوقع أن تتصرف معظم مصادر الأخبار على هذا النحو من الوعى الذاتى، عندما تواجه بكاميرات التليفزيون، ومن ثم فإن مندوب التليفزيون قد يجد أن من الصعب عليه أن يقتنص الواقع أو الحقيقة، عندما تنطوى الصورة التى يتعمدها مصدر الأخبار على إحتيال وثناء على ذاته.

ويدرك مندوبو الوسائل المطبوعة الذين يسجلون المعلومات بالورقة والقلم، أن بعض المصادر يمكن بسهولة أن يتملكها الخوف عندما تعرف أن كل كلمة تنطقها تدون فى مفكرة

المندوب، وفى الوقت المناسب فإنه يمكن إغراء الفرد بأن ينسى الورقة والقلم، ولكن الأصعب هو تجاهل الكاميرا.

ومن الواضح أن طبيعة الوسيلة التليفزيونية تقتضى أن يكون لدى مندوب التليفزيون معرفة ومهارات تفوق تلك التى لدى مندوبى الوسائل المطبوعة.

وعليه أن يفهم المتطلبات الخاصة للوسيلة وحدود وإمكانات التكنولوجيا، فضلاً عن إدراك تأثير عملية جمع الأخبار على الجمهور الذى هو هدف نقل هذه الأخبار.

ويميل الرجل السياسى العصرى إلى الإلمام بوسائل الإعلام. وقد تعلم السياسيون الأذكياء كيف يستخدمون التليفزيون لرفع شأنهم ودعم أفكارهم.

ويمكن لمندوب التليفزيون أن يكون سلبياً مع الجمهور اذا اتخذ موقفاً يفعل فيه الآخرون ما يريدون، ويمكنه أن يتعلم كيف يتصيد فريسته عندما يستخدم التأثير المتبادل بين السياسى والكاميرا بحيث يكشف الحقيقة بدلاً من إخفائها.

وقد يكون المواطنون العاديون أيضاً أذكياء فى استخدام وسيلة الاتصال، أو قد يذهلون فلاينطقون. وقد يبالغون فى تعليقاتهم حتى يظفروا بالظهور على شاشة التليفزيون، وقد ترهبهم الكاميرا ويخشون أن يكشفوا أنفسهم دون استعداد وعلى نحو غير متوقع. ولذلك فإن مندوب التليفزيون يحتاج إلى يقظة خاصة لكى يقوم بمناورة المواطن، ومن ناحية أخرى عليه أيضاً أن يتعلم كيف يريح أعصاب المواطن.

وجانب مهم من واجبات المندوب أن يستدرج محدِّثه «مصدر الأخبار» إلى النقطة التى يستطيع فيها أن يعبر عن مشاعره الحقيقية، وكأن الكاميرا ليست موجودة على الإطلاق.

وعندئذ تصبح كاميرا التليفزيون أداة رائعة للكشف، فانها تزيل الأقنعة الخارجية، وتلتقط ما كان يمكن بدونها أن يترك. وهناك نموذج لا ينسى لهذه الظاهرة حدث خلال مقابلة فى أواخر السبعينات مع السيناتور إدوارد كيندى أجراها روجرمد Roger Mudd مراسل شبكة سى.بى.إس C B S آنذاك. وكان من الواضح أن السيناتور يعتزم بدء حملة للترشيح للرياسة،

ولكن عندما سأله مد Mudd عن سبب رغبته فى أن يكون رئيساً، بدا كيندى مذهولاً ، وكأن ذلك لم يدر بخلده أو يفكر فيه من قبل، وليس المهم ما قيل من كلمات، وإنما المهم هو رد الفعل الذى تجلى فى ملامح الوجه والانفعالات البدنية والعاطفية التى كشفت ارتباك السيناتور. وتزخر أخبار التليفزيون بمناسبات لا تنسى من هذا القبيل مما يشهد بقدرتها على كشف الحقائق التى يتعذر أحياناً ترجمتها إلى الكلمة المطبوعة.

ولابد أن يتعلم مندوب التليفزيون كيف يسخّر التكنولوجيا لخدمة صحافته التليفزيونية، وليس العكس. وعليه أن يفهم التكنولوجيا وكيف تتفاعل مع البشر، قبل أن يتولاه الإحساس بأنه يسيطر على قصته الإخبارية، وقبل أن يطلق العنان لوقته وطاقته من أجل المهمة الصعبة فى جمع الحقائق وتقييمها، وصياغتها فى قصة إخبارية لها قيمتها ومعناها. ولذلك فحتى ينجح فى مهمته، عليه أن يفهم الجانب التكنولوجى وكيف يتفاعل مع الناس.

وقد اتهم بعض مندوبى الوسائل المطبوعة، الصحافة الإذاعية بأنها سطحية رغم أنه قد أذهلهم نجاح التليفزيون المتزايد وقوته كأداة إخبارية، ويشيرون إلى إيجاز الأخبار فى التليفزيون، ويقولون إن اثنتين وعشرين دقيقة فى شبكة C B S ، يصعب مقارنتها بالأداء القوى الرصين فى صحيفة نيويورك تايمز The New York Times مثلاً.

ومهما يكن من أمر.. فإنه من المستحيل المساواة بين المساحة المكانية فى الصحيفة والمساحة الزمنية على الهواء. فمن الواضح أن القصة الخبرية المطولة فى المجلة أو الصحيفة تعطى من العمق والتداعيات أكثر من أى شئ يعرض فى التليفزيون بصفة عامة، بما فى ذلك أفضل البرامج التسجيلية. إلا أن وسائل القياس المستخدمة فى هذه المقارنة ينفرد عادة بتحديدها رجال من العاملين فى الوسائل المطبوعة. ويختارون قياس أخبار التليفزيون بأفضل ما تقدمه الصحافة، وهكذا يلمسون قصور التليفزيون، وهم عندما يعرّفون المسائل بمعايير الصحافة، ويستبعدون القيم التى يتفوق فيها التليفزيون، فإن نتائجهم تكون قاصرة. ويبدو الأمر كما لو قلنا إن العلماء يلعنون وسيلة الكلمات المطبوعة؛ لأن بعض المعادلات الرياضية يمكن شرحها على نحو أفضل بواسطة الأرقام.

والحق إن لكل وسيلة مصادر قوتها وأوجه ضعفها، ولكل فوائدها وقيمتها ونفعها الخاص فى خططها المرسومة.

والصحف أيضاً قد تكون وسيلة منقوصة فى نقل الحقائق ولا سيما على أيدى المتكاسلين الممارسين لحرفة الكتابة الصحفية. ومع ذلك فهى الوسيلة التى نلجأ اليها كثيراً لمعرفة الخلفيات والتاريخ، والإطار والشرح والتفسيرات، وهذا أمر واجب.

والحق أن أخبار التليفزيون بما فيها من تأثير واختزال لا يمكن أن تكون بديلاً عن القراءة؛ فالتليفزيون يستطيع أن يجذب الاهتمام، ويحرك العواطف. ويكسو الأمور المجردة وشاحاً إنسانياً. ويشخص القضايا العامة، ويكشف أبعاد الشخصية، ويعطى المشاهدين إحساساً بالمشاركة فى الحدث. ومع ذلك يجب على المواطنين أن يتعرفوا الأخطار المعقدة المحدقة بهم على نحو أوسع مما يقدمه التليفزيون بشكل عابر ولاذع.

ومن سوء الحظ أن الاتجاه يمضى على نحو معاكس، ففى الثامن من أغسطس عام ١٩٨٢ نشرت صحيفة نيويورك تايمز تقريراً، مفاده أن أربعة وستين فى المائة من الأمريكيين يعتمدون على التليفزيون باعتباره مصدرهم الأول للأخبار. وقد أشار فرانك مانكيفتش Frank Mankiewicz وجول سويردلو Joel Swerdlow فى كتابهما «التحكم عن بعد» أن المواطن الأمريكى العادى يقضى وقتاً متناقصا مع صحيفته اليومية، والواقع أنه يقرأ صحيفته وقتاً لا يتجاوز نصف ساعة كل يوم. ويضيفان بأن هذا التناقص ينطبق على كل الفئات العمرية والاقتصادية والتعليمية، وبينما تزداد فترة المشاهدة التليفزيونية باستمرار.. تتناقص الفجوة فى وقت المشاهدة بين مستويات المتعلمين العليا والسفلى.

وقصارى القول أن الجمهور يحب التليفزيون. والواقع أن كثيرين ممن يشاهدون التليفزيون الآن. ما كانوا ليبادروا إلى شراء صحيفة، وأقل ما يقال عنهم أنهم يتعرضون لبعض الأنباء عن العالم من حولهم. ومن ناحية أخرى .. فهناك ما يدل على أن قصة إخبارية جيدة فى التليفزيون يمكن أن تثير اهتماماً كافياً، يدفع المشاهد إلى قراءة المزيد عن الموضوع، والمجلات الإخبارية الأسبوعية هى إحدى الوسائل المستفيدة من ذلك.

إن التحدى الذى يواجه مندوب التليفزيون هو أن يقدم لجمهور مشاهديه العريض، الذى يتضخم، أكبر قدر من المعلومات الجيدة التى يمكن أن ينتجها التليفزيون. ومن واجبه أن يعرض الأخبار على نحو يجذب، ويستحوذ على الاهتمام، ويستند إلى الأمانة والذكاء، ويحقق للمشاهد فهماً جديداً، مهما يكن محدوداً. وأكثر من ذلك فإن القصة الإخبارية التليفزيونية الجيدة، تحفز المشاهد إلى العناية بالقضايا والعناصر البشرية فيها.

ورغم أنه من الواضح أن أخبار التليفزيون محدودة .. إلا أنها تقدم جودة فى الاتصال تتجاوز قدرة الوسيلة المطبوعة. فالكلمة المطبوعة تصبح ذات معنى عند القارئ فقط عندما يربط صورته الذهنية بما يعنيه الكاتب. فالقارئ يطالع الكلمات ويترجمها إلى صور ذهنية ثم يستخلص معانيها.

ويبسّط التليفزيون هذه العملية، فالصورة على الشاشة، وما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة، فبدلاً من أن ينتقل ذهنه من الكلمة المكتوبة إلى الصورة إلى المعنى، فإنه ينقله مباشرة من الصورة إلى المعنى.

ولا نستطيع فى كلتا الحالتين أن نتأكد من أن المشاهد أو القارئ يلتقط المعنى الذى يريده القائم بالاتصال؛ لأن كل واحد منا يتشرب المعلومات وفقاً لخبرته وقدرته على الاستقبال. ولكن لعل التليفزيون أكثر إغراء لأعداد متزايدة من المواطنين؛ لأنه يقدم وسائل طبيعية للاتصال مباشرة بدرجة كبيرة وأقل مللاً.

وقبل أن يتعلم الإنسان الكتابة البدائية على الألواح استخدم مشاهد الطقوس ولغة الراوى المنطوقة فى الاتصال برفاقه من أبناء القبيلة. وفى هذا قيود واضحة على تقدم المدنية؛ إذ لم تكن هناك من وسيلة لنقل المعرفة من جيل إلى آخر، إلا عن طريق الكلمة المنطوقة، وكانت عملية النقل محدودة بحدود جغرافية. ومع ذلك فإن الممارسة على هذا النحو كانت مفعمة بالدفء والجاذبية. فبدلاً من قراءة وصف تفصيلى عن كيفية قيام الطبيب بطقوس العلاج بخلع قبعته المصنوعة من الريش وأداء الرقصات حول حلبة الرقص.. فإن الإنسان البدائى كان يشاهد الحدث بنفسه، وبدلاً من أن يقرأ مقطوعات مكتوبة تشير إلى ما يرتله الطبيب من طلاسم فإنه يسمعها كما هى، ويتابع الطريقة التى تؤدى بها، ويحكم بنفسه على مدى فاعلية السحر.

وتقدم أخبار التليفزيون كثيراً من هذه الحقيقة ولكن باختصار. ولا تستطيع الصحيفة ولاشريط الفيديو أن يكونا بديلين عن واقع الحدث على الطبيعة، وكلا الوسيلتين تعيدان تشكيل الحقيقة عندما ينتقى المندوب ما يدخل فى تقريره الإخبارى وما يترك، ومع ذلك فإن المقارنة بين الاقتباس المباشر فى المطبوعات والفيلم أو الفيديو للمصدر الإخبارى الواحد يبين أن التليفزيون يقدم معلومات أكثر وأقل غموضاً فى الحقيقة.

إن مشاهد التليفزيون يتلقى الكلمات، ولكنه إلى جانب ذلك يستطيع أن يستمع إلى الأداء ونبرات الصوت، وأن يراقب تعبيرات الأعين، ويتابع حركة الذقن وهزة الكتف. إنه باختصار، يشارك فى غمزات الوجه الدقيقة ولغة الإيماءات. والذى يتاح هنا للمشاهد، هو مقياس لمدى الإخلاص الموجود فى الكلمات، من خلال الطريقة التى يتحدث بها مصدر الخبر، والتى غالباً ما تكشف عن شخصه.

والنقاد الذين يشكون من أن أخبار التليفزيون تعانى من الإيجاز، والذين يحسبون الثوانى على الهواء فحسب، يفشلون فى أن يضعوا فى حسابهم حقيقة أن التليفزيون يعمل على مستويين فى آن واحد .. الكلام والصورة. فقد يتحدث السيناتور (X) بضع كلمات فى التليفزيون، بينما ينقل عنه بالقصة الخبرية بالصحيفة أسطر عديدة ولكن السيناتور (X) يقدم شخصه فى التليفزيون بالكامل، وليس فقط مجرد كلماته التى سجلها مندوب الصحيفة، وحتى عندما يعلق مندوب التليفزيون على جانب من الصورة فإن المعلومات تنطلق، كذلك على مستويين: الكلام والصورة. إن المشاهد يرى ويسمع، وهو نوع من الاتصال يختلف عن القراءة، ولكنه ليس بالضرورة أقل نفعاً أو صلاحية من حيث الفهم الإنسانى. وهناك فارق آخر بين التغطية فى التليفزيون وفى الصحيفة، يتجلى فى مقولة عامة مفادها أنك تطوف بالخبر التليفزيونى مرة واحدة، ويعنى ذلك ضرورة أن القصة الخبرية يجب أن تعرض بطريقة واضحة ومبسطة؛ لأن المشاهد لن تتاح له فرصة أخرى لكى يراها.

وعلى النقيض من ذلك.. فإنه يمكن إعادة قراءة القصة الخبرية المطبوعة، ويمكن إعادة فحص فكرة لم يدركها القارئ فى المرة الأولى. ومن الصعب معرفة عدد القراء الذين يشغلون أنفسهم بإعادة قراءة قصة خبرية صعبة، إلا أن الصحف قد دأبت على أن تضع خلاصة قصصها الخبرية فى العناوين الرئيسية وفقرات الخبر الأولى، مفترضة أن معظم القراء لا يقرأون أبعد من ذلك.

وما توفره الصحيفة هو الاختيار. إذ يستطيع القارئ، إذا أراد، أن يقرأ بعض أجزاء الصحيفة ويتجاهل بقيتها. ويستطيع أن يقرأ هذا الجزء الآن وغيره فيمابعد. ويستطيع أن يقرأ خبراً حتى نهايته فى روية وتعمق. وأن يقرأ بشكل عابر قصة خبرية أخرى.

ويعرض التليفزيون المعلومات فى وقت معلوم، وهى تشاهد من بدايتها فى تتابع دون اكتراث بالاهتمامات الشخصية للمشاهد .. وقد لا يحب قارئ الصحيفة قصة خبرية أو فكرة معينة مما يرد فيها، ولكنه من غير المحتمل أن يكون هذا سبباً يدفعه إلى إلقاء الصحيفة فى المدفئة وإلغاء اشتراكه فيها على الفور، لأنه ببساطة يترك هذا الخبر ويتحول إلى جزء آخر يهمه ويرضيه.

فى حين أن مشاهد التليفزيون لا يستطيع أن يلتقط ويختار فقرات فى نشرة الأخبار، إلا أن لديه سلاحاً ميسوراً يدفع به وجهاً لا يريده، أو فكرة لا تروقه على الشاشة، إذ إنه يستطيع أن يغير القناة.

وهذه الحرية فى إمكان التحول عن النشرة تفسر إلى حد ما الحرص على الإبهار والنبرة الملفتة فى كثير من أخبار التليفزيون. فكل تقرير إخبارى يصمم بحيث يستحوذ على اهتمام المشاهد ويشد انتباهه بقوة، ولولا ذلك لضاع كل شئ تقريباً . وعندما يغير المشاهد القنوات فإن الذى يضيع ليس مجرد قصة خبرية، وإنما النشرة كلها، وما يعنيه ذلك من انخفاض معدل المشاهدة وضياع أموال المعلن.

وبينما يدرك مندوب الصحيفة ضرورة أن تكون مقدمات أخباره مشرقة وأخاذة، وأن تكون كتابته واضحة متقنة، إلا أنه لايشعر أن المؤسسة الصحفية كلها تعتمد على مواهبه

الفريدة. أما بالنسبة لأخبار التليفزيون فإن الاتجاه السائد هو أن زلة واحدة أو خطأ واحداً سيدفع المشاهد إلى محطة أخرى، وربما لن يعود منها أبداً. ونتيجة لذلك يحرص مندوبو التليفزيون على استخدام أى وسيلة تجعل القصة الإخبارية ذات قوة آسرة، تجمد ملايين المشاهدين فى مقاعدهم، وتخلب ألبابهم فلا يستطيعون التحول إلى قناة أخرى.

وهذه الضرورات الاقتصادية والثقافية التى توجد فى غرف أخبار التليفزيون، تؤدى إلى صراعات داخلية مع الأفكار التقليدية للصحافة. وعلى سبيل المثال، اذا كان أحد المسئولين رجلاً بليداً، ولكن ما سيقوله مهماً، فليس من المحتمل كثيراً أن تؤدى بلادته فى الأداء إلى التأثير فى حجم المساحة المخصصة له، أو أسلوب العرض فى قصة خبرية مطبوعة. فعن طريق الفقرات الإيضاحية والإضافات والتعبير الفنى عن المعنى، يمكن فى الوسيلة المطبوعة نقل معنى كلمات هذا المسئول إلى القراء. ولكن الأمر يختلف فى التليفزيون، حيث من المحتمل أن يسأم المشاهد من بلادة العرض، وهنا يميل المندوب إلى الاكتفاء بعرض أدنى قدر ممكن من المقتطفات على الهواء . ويصبح من المغرى حذف الكلمات الأخيرة فى بيان المسئول، حتى لو كانت تبرز جيداً ما يريد أن يقول. وأكثر من ذلك فإذا كان المسئول متحدثاً سيئاً فقد لا يظهر على شاشة التليفزيون إطلاقاً .

والتناقض القائم هنا هو بين الحاجة إلى العرض الأمين للبيانات المهمة وخلاصة المعانى الغامضة، وضرورة تجنب إثارة ملل المشاهدين. وعندما يضحى بالمعنى مقابل عدم إثارة سأم المشاهدين فإن المنفذين للأخبار يتذرعون بأنه لا يوجد ما يدعو إلى إذاعة المادة المملة، طالما أن إذاعتها ستؤدى بالمشاهد إلى غلق جهاز التليفزيون.

وإذا كان الأمر كذلك، فإن الصحفيين بالتليفزيون يشيرون إلى أن للصحافة المطبوعة نقائصها وحدودها أيضاً، فتكنولوجيا الصحافة المطبوعة حالياً تنقل الأخبار متأخرة إلى حد ما عن توقيت ساعة وقوع الحدث. وهكذا يحتمل أن الأخبار التى تقرؤها فى صحيفتك الصباحية لم تعد صحيحة، أو أنها لا تشمل أخر التطورات. وفضلاً عن ذلك فإن مندوبى

الوسائل المطبوعة سيعترفون بأن التأثير المرئى لشريط الفيديو وفورية التليفزيون يقدمان منتجاً إخبارياً أكثر حيوية وأهمية عن أى شئ، يمكن أن تقدمه الوسيلة المطبوعة فى هذا المجال.

والمسألة هنا هى أنه لكل وسيلة مواطن قوتها وضعفها. ولكل منها قيمة معينة بالنسبة لمستهلك الأخبار. وفضلاً عن ذلك فإن كل وسيلة تكافح، بطريقتها، من أجل تحقيق الربح فى مؤسسة تقدم خدمة عامة. ومهما تكن الوسيلة فإن فعاليات المندوبين والمنتجين لابد أن تتأثر بواقعية المواعيد النهائية، وخصائص الإدارة والجمهور المستهدف والمنافسة، والخط الأساسى، إلى جانب طبيعة الوسيلة نفسها. والواجب أنه ينبغى أن نستغل المواد المتاحة أفضل مانستطيع.

ومن هنا فإن هدف مندوب التليفزيون المبتدئ أن يتعلم كيف يؤدى المطلوب على أفضل وجه إنسانى وتكنولوجى ممكن، حتى يقدم خدمة أفضل للجمهور، فإذا خذلته حدود الوسيلة فى بعض الأوقات، فلابد أن يعلم أن لكل شكل من أشكال الصحافة ووسائلها ما يسبب الخذلان أحياناً. وأن أى شكل من أشكال الصحافة لابد أن يقصر عن الحقيقة الأكبر التى ينبئ عنها. ومهما يكن من أمر، فقبل أن تتوقع روبين سميث* أن تقود ثورة خاصة لتغيير أو تحسين أسلوب وسيلة اتصال معينة فى تغطية الأخبار، يتعين عليها أولاً أن تتقن المهارات الأساسية، وفهم القوى المختلفة الفاعلة فى هذه الوسيلة.

ومثال ذلك .. أن الكلمة المنطوقة فى التليفزيون هى الملك، وأنها تمثل شكلاً مختلفاً من أشكال الاتصال عن الكلمة المقروءة. فالطالب الذى مازال بالجامعة أو مندوب التليفزيون حديث التخرج، يتعين عليه أن يجاهد للتخلص من القوالب والأساليب المتشابكة الطنانة المملة فى رتابتها، والتى مكنته من الحصول على الليسانس فى العلوم الاجتماعية أو الفلسفة بدرجة الامتياز. إن اللغة التى تتخذ من الطول أو غموض التركيبات، وسيلة للتأثير أمر ردئ فى الصحافة، أما فى أخبار التليفزيون فهى أمر قاتل.

(*) روبين سميث: اسم مندوبة

والواقع أننا لانتحدث كما نكتب، وهو أمر محمود. ويبدو أن شيئاً ما يحدث للكثيرين عندما يجلسون إلى الكتابة بالقلم أو الآلة الكاتبة، فهم يتحولون إلى هيئة رسمية أو يأخذهم شئ من الغطرسة، ويكتنف الغموض والأسلوب غير المباشر منطقهم. ولعله الإحساس بأن ما يدون فى الورق هو شئ له صفة الدوام، وأنه يبقى للأجيال القادمة، ولهذا يُفضل أن تفعم بالكلمات الرفيعة المتعددة المقاطع والمشاعر المشحونة بالمعرفة الواسعة. أما عندما نتحدث إلى بعضنا البعض فإننا نميل إلى التلقائية والبعد عن التكلف، وربما يستثنى من ذلك حديثنا إلى حشد كبير، وهذه التلقائية تنطوى على لطف وجاذبية ومباشرة تحقق الاتصال، ولا تعوقه.

والكتابة للتليفزيون هى الكتابة من أجل التحدث. إنك تروى قصة على نحو ما كان الكاهن القديم يفعل قبل اختراع الألواح وورق الكتابة. وليس معنى هذا أن تكون اللغة سوقية أو كلغة رجل الشارع الغريبة التى تستهدف لفت الأنظار فحسب. وكل ما فى الأمر أنها يجب أن تكون موجزة ومرتبة وقابلة للتحدث بها.

ولأن التليفزيون يتطلب الاختصار فإنه يجبر المندوب وهو يحكى الخبر أن يستخدم لغة واضحة مباشرة، لكى يحكى القصة الخبرية على نحو شخصى حوارى، دون لجوء إلى اللف والدوران الذى يلجأون إليه فى الكتابة الصحفية لستر الأفكار غير الطبيعية. ان الكتابة الإذاعية هى الكتابة التى تتميز بالدقة. إنه فن الكلام الرفيع الذى يتسق مع المهارة التقنية المرئية. وعلى المندوب أن يتعلم كيف يقتنص جوهر الخبر، ويتجه إلى لبه، وأن يبلغه بأقل عدد ممكن من الكلمات. وغالباً ما يكتب حسب الوقت، بمعنى أنه يكتب خبراً فى عشرين أو ثلاث وعشرين ثانية دون أدنى زيادة أو نقصان.

وتعلمنا الكتابة للتليفزيون أنه من الأفضل أن تحكى حقائق جوهرية محدودة فى القصة الخبرية، على نحو حيوى جيد، بدلاً من أن تهيم هنا وهناك تمس كل شئ، وتترك المشاهد فى حال من الارتباك. ويستطيع الكاتب التليفزيونى الجيد أن يجد الكلمة أو العبارة المحددة الزاخرة بالقوة مبنى ومعنى. فإذا اقترن ذلك بالصورة الجيدة والصوت الواضح المؤثر، شكل ذلك مادة قوية فعالة.

وقاعدة العمل بسيطة: لا تحاول أن تذكر كل شئ وتقبل أن للأخبار فى التليفزيون حدوداً، من أشدها حد الوقت. ابحث عن لحظات من الحقيقة، والكلمات الموجزة المتألقة، ورسم إيضاحى للحقيقة، والأجزاء الصغيرة من الحقيقة الكبيرة. دع الكليات وركز على عنصر واحد أو اثنين من القصة الخبرية.

ولابد من إصدار الحكم بسرعة فى مسرح الحدث، حتى والقصة الخبرية تتتابع ... أىُ الصور تلتقط وأيها تدع؟ ومع من تجرى مقابلة؟ وما الحقائق المحورية فى الموضوع؟ كل هذه قرارات لابد أن تتخذ فوراً. وبحكم هذه الضرورات أو اللزوميات فإن الصحافة التليفزيونية الجيدة تستلزم حاسة إخبارية مرهفة. وعلى العكس من مندوب الصحيفة فإن مندوب التليفزيون لن يكون لديه ترف عامل الوقت للتحدث بشأن الخبر مع محرره، أو أن يكتب القصة الخبرية بعد متابعة الحدث. فالعناوين الرئيسية فورية، وعليه أن يلتقط الصور الآن وإلا ضاعت الفرصة. إن للصحافة التليفزيونية فرصة محدودة تتطلب إصدار أحكام حيويـة تُتَّخذ فوراً فى موقع الحدث وفى غرفة المراقبة.

ومن المهم لأى شخص جاد فى مجال العمل الإخبارى أن يكون واسع المعرفة. ويحتاج المندوب إلى تنمية عادة قراءة الصحف قراءة كاملة، وألا يقرأ على نحو ما يفعل الرجل العادى وإنما كالمحترفين. وعليه ألا يكتفى بقراءة ما يثير اهتمامه فحسب، ولكن عليه أن يقرأ كل شئ بعناية، مقتنعاً بأن أى قدر من المعرفة يمكن أن يفيد فى العمل. والمندوب الجيد يقرأ الصحف والمجلات ويشاهد التليفزيون ويستمع إلى أخبار الإذاعة. والواقع أنه يصبح مدمن أخبار.

ولقد اتجهت هيئات إخبارية تليفزيونية قليلة إلى استثمار بعض أموالها فى إقامة مكتبة مفهرسة من قصاصات الصحف. وعندما يقع حدث ما فإنه من المتوقع أن تكون لدى المندوب خلفية كافية لفهم ما يجرى. والمندوب الجيد هو الذى يستطيع أن يستحضر الخلفية المعرفية التفسيرية لأى حدث مما يعينه على توضيحه للمشاهد.

وليس من المتوقع بطبيعة الحال أن يكون دائرة معارف متحركة، ولكنه يجب أن يعرف ما يكفى لفهم القضايا الرئيسية، والشخصيات البارزة فيها .. ولابد أن يعلم ما يكفى لتوجيه الأسئلة الصحيحة.

وفى السنوات الأخيرة أخذت محطات التليفزيون الأكبر حجماً فى الاتجاه نحو التوسع فى استخدام المندوبين المتخصصين الذين يغطون مجالات أو آفاقاً معرفية معينة ... ومن المتوقع أن يعرف هؤلاء المندوبون أكثر فى تخصصاتهم، ولكنهم أيضاً يحتاجون إلى المعرفة العامة لأن كثيراً من المعلومات تتشابك وهى ذات صلة مشتركة.

وعلى سبيل المثال.. فإن على مندوب الشئون العلمية والطبية أن يتابع السياسات التى يمكن أن تشكل اللوائح والقوانين التى تؤثر فى مجاله. وعلى مندوب مجلس المدينة أن يلم بالتطورات على الجبهات الإقليمية والفيدرالية (على مستوى الولاية والمستوى الفيدرالى) لأن ما تستطيعه المدينة أو لاتستطيعه، إنما يتقرر فى عواصم الولايات وفى واشنطون. ، ذلك فإنه يتعين على هذين المتخصصين الوقوف على التطورات الخارجية التى ، تؤثر على نحو مباشر أو غير مباشر على الأخبار فى مجال العلوم أو الشئون بية. وهكذا يجب على المتخصص أن يملكوا ناصية التخصص والعمومية فى آن واحد. ما يضع على عاتقه مسئولية ثقيلة وجادة.

يتوقف قدرة المندوب على تحدى ما يقوله الناس على معرفته الأساسية وحاسة النقد ،. ويعمل المندوب ضحل المعرفة كالمختزل فينقل دون نقد كل ما يقال له. وهذه حافة، صحافة هشة. وممارسة غير واعية ومن حق الجمهور أن ينتظر من الصحفى أن س تقييمه وأحكامه كمحترف على المعلومات التى تم جمعها. والمندوب المطلع الذى يقيم ار التى يتلقاها والذى يستطيع أن يدرك العناصر الحقيقية فى التطورات المختلفة وأن ط بينها، والذى يتحدى ما يسمعه وما يراه، هو الذى يستطيع أن يزيد رصيد المعرفة لدى شاهد، إنه يعمل ذهنه وذكاءه على المادة المتاحة له.

ومن العسير فى التغطية التليفزيونية أن نستثمر هذا الذكاء وتلك المعرفة بعد ظهور الحقيقة، إذ لابد أن تكون متوافرة لدى المندوب، الذى يستخدمها مباشرة على مسرح الحدث.

الفصل الثانى

تعريف الخبر

اسأل أى مندوب عن القيمة الاجتماعية لعمله. فمن المحتمل أن يرد عليك بأن من حق الجمهور أن يعلم ، والمندوب هو رجل أو امرأة، وهو الذى تقع على عاتقه مهمة الإعلام. ويعتقد الصحفيون أن هناك مصلحة عامة فى التدفق الحر للمعلومات، ويوضح هذا لجوء جيل المؤسسين إلى اعتماد حرية الصحافة فى التعديل الأول للدستور «الأمريكى».

وعندما يقرر المندوبون والمحررون ما هو الخبر، فإنهم فى الواقع إنما يعرفون ما فى مصلحة الجمهور أن يعرفه. ولقد كتب والتر ليبمان Walter Lippmann فى كتابه «فلسفة الجمهور» :

لعله من الأرجح أن مصلحة الجمهور هى ما يختاره الناس، إذا رأوا بوضوح، وفكروا بمنطقية، وتصرفوا دون مصلحة شخصية ونحو الخير.

وفى بعض الأحيان يتسق تعريف الصحفيين للخبر مع وصف ليبمان الرفيع لمصلحة الجمهور. ومثال ذلك فإنه من خلال الرؤية الجيدة والتفكير العقلانى يتضح أن الجمهور فى حاجة إلى أن يفهم ماتفعله الحكومة، وإلا فإن سرية الحكم قد تعرض النظام الديمقراطى للخطر. ولكن هل من المفيد للمصلحة العامة أن نورد فى الأخبار شجاراً بين نجمى سينما، وأنهما يتقاضيان للطلاق؟ وهل من الأخبار أن نقول إن عشرة من الشباب أقاموا مباراة للعب بقرص البلاستيك الطائر (الفرسبى) فى حديقة أو ميدان وسط المدينة؟ وهل من المصلحة العامة أن نذكر للناس بأن حرائق وحوادث قتل وسرقات وجرائم اغتصاب قد

وقعت اليوم؟ أين تنتهى المصلحة العامة الجادة الرفيعة ويبدأ استخدام الخبر للتسلية والكماليات؟

إن تحديد الخبر يصعب أن يكون علماً دقيقاً. وعندما يتحدث الصحفيون عن المصلحة العامة، ففى ذهن كل منهم جمهور مختلف ومصلحة مختلفة. ويعتمد تبيُّن الجمهور فى جانب منه على المتلقين الذين يستهدفهم المندوب، وأكثر من هذا فإن هؤلاء المتلقين هم الذين يحاول المعلنون فى المؤسسات الإخبارية الوصول إليهم. وباختصار.. فإن ما يجب أن يعرفه الجمهور، من وجهة نظر المؤسسة الإخبارية، هو كل ماتعتقد أنه يريده.. ويحتاج إلى معرفته. ومن الواضح أن هذه أحكام ذاتية تعتمد على رؤية من يشغلون مواقع السلطة وقيمهم.

ومع ذلك فإن العملية أقل عسفاً ومصادمة مما قد يبدو من هذه التعليقات. وكما هو الحال فى أية مهنة فإن للصحافة تكوينها العقلى ورؤيتها العالمية المعينة، ومن الطبيعى والمحتوم أن ينعكس هذا الأمر على المنتج الخبرى النهائى.

وهذا المنظور العالمى هو الذى تقرر أهميته المؤسسة الصحفية. ويعتقد مهنيو الأخبار بأنه من الواضح أن هناك مواد إخبارية مهمة، مثل إصدارتشريع أساسى، وخطب الرؤساء، وإعصار يقتل عدداً من المواطنين، وحتى فى مثل هذه الحالات فهناك انتقاء يعتمد على القيم الأكبر، فهل كل ما يقوله الرئيس يتساوى فى الأهمية؟ وعلى أى أساس تحدد أهمية الفقرة التشريعية؟ ولماذا يفوق موضوع الإعصار الذى قتل خمسة أشخاص من حيث الأهمية الإخبارية حادث سيارة لقى فيها نفس العدد مصرعه؟

ليست هناك تعريفات قاطعة للأخبار. وإنما هناك التقاليد والحاجات المتغيرة للسوق الاستهلاكية. ومع ذلك فإنه توجد بالقطع مبادئ يطبقها رجال الأخبار عند تقييم قصة خبرية.

وعلى سبيل المثال، ينتظر أن تكون الأخبار موقوتة وجديدة، فما يحدث اليوم تكون له الأولوية على قصة خبرية، لاتزال فصولها تتوالى، أو شئ حدث منذ عشرة أيام.. يضاف إلى ذلك أنه إذا كان الأمر غير متوقع أو مفزعاً أو بارزاً.. فإنه يصلح خبراً. إن الطائرات تقلع كل يوم وتطير فى أماكن دون أن تشير اليها المؤسسات الإخبارية. ولكن عندما تسقط طائرة

يصبح ذلك خبراً .. وهو حدث اليوم وهو غير متوقع وهو خارج عن المألوف، وفضلاً عن ذلك فإنه مأساة، والمأساة جزء من المادة الإخبارية.

والحادثة المحلية تزداد أهميتها على مثيلتها فى الهند، تماماً كما يحدث بالنسبة للفيضان المحلى فهو أكثر أهمية من مثيله على بعد ألف ميل. إن المبدأ المطبق فى هذا المثل هو القرب. فالمفترض أن الناس يهتمون بما يجرى على مقربة منهم أكثر مما يجرى بعيداً عنهم، ويؤثر فى غيرهم. ويمكن هنا أن يثور جدل فلسفى، قوامه أن الأمر يجب أن يكون غير ذلك. إننا نقول أن الحياة الإنسانية لها قيمة متكافئة بصرف النظر عن مكان معيشة المواطن والقوميات أو موطنه الأصلى، إلا أن ممتهنى الاخبار يدركون أن الناس يميلون حقيقة إلى الاهتمام بقرابتهم وأبناء وطنهم وجيرانهم، ومن هنا تصبح الأحداث القريبة أو المحلية أولى بالاهتمام الإخبارى عن الأحداث البعيدة.

ويصبح الحادث مادة إخبارية عندما يشمل عدداً كبيراً من الناس أو دماراً واسعاً فى الممتلكات، فالإعصار الذى يدمر مائة منزل يستحق أن يكون خبراً عن ذلك الذى يدمر منزلاً واحداً.

إن ما يفعله الرئيس الأمريكى أو يقوله إنما يؤثر فى مصير الأمة كلها، وهذا ما يجعله أكبر صانع للأخبار على الإطلاق. ورب قائل بأن كل أمر شخصى للرئيس، مثل ما يتناوله على الإفطار ورباط العنق الذى يستخدمه فى مناسبة اجتماعية، لا يستحق التغطية الإخبارية. إلا أن المؤسسات الإخبارية عندما تفعل ذلك إنما تشبع فضول الناس إزاء شخص الرئيس، وليس وظيفته. وكالشخصيات العامة الأخرى، بما فيهم نجوم الروك، فإن الرئيس مجال طيب فى تتبع أخباره الخفيفة التى تثير الاهتمام الإنسانى.

وفى حين ماتزال أخبار الحرائق والجريمة فى مكان الصدارة فى كثير من محطات التليفزيون المحلية، تميل بعض الصحف المحترمة أحياناً إلى اختزال المساحة المخصصة لها؛ فهذان النوعان من الأحداث يصنفان فى دائرة الأخبار الرخيصة المكروهة. ومن الواضح أنها مريحة وتحتاج إلى القليل من الجهد العقلى من جانب المندوب أو منتجى البرامج الإخبارية، كما أنها تجذب بعض مشاهدى التليفزيون؛ إذ تنطوى على مادة مصورة مثيرة للمشاعر: طلقات رصاص فى باب، أجسام تنزف، أسقف تشتعل، جنازات، رجال شرطة، وما إلى هذا.

وأفضل وسيلة بالنسبة للمندوب المبتدئ حتى يدرك ماهية الخبر، أن يطالع صحفاً متنوعة، ويشاهد التليفزيون ويستمع إلى الإذاعة. ومن الأفكار المفيدة له أيضاً، أن ينظر بعين الناقد لما يقرأ ويسمع ويشاهد.

وبينما نجد أن الأخبار هى ما تقرره المؤسسة الإخبارية .. فهناك افتراض بأن العاملين فى هذا المجال يطبقون حكماً مهنياً فى عملهم. وبين الحين والآخر تشكل هذه الأحكام وفق طلب المستويات الأعلى والحاجة الملموسة إلى الترفيه الى جانب الإعلام. وفى الوقت المناسب سيتعلم المندوب الذى يريد أن يستمر فى عمله إدراك وجهة النظر التى تسود فيما هو مرغوب نشره أو إذاعته.

ومع ذلك فإن المندوب الجديد الذى يربط نفسه تماماً بوجهة النظر الإخبارية الآمنة السائدة يمكن أن يحول نفسه إلى محرر كسول. والوقع أن أى مندوب مدرب يستطيع أن يغطى مؤتمراً صحفياً أو خطاباً على نحو يعتد به. والمندوب الذى يترك بصمته هو المندوب الذى يستطيع أن يبتكر أفكاراً جديدة، وهو أيضاً المندوب الذى يرفض أن يتبع الآخرين، وبدلاً من ذلك .. فهو يقترح قصته الإخبارية والمسائل التى يغطيها.

إن أفضل القصص الإخبارية هى وليدة الذكاء، وقوة الخيال وحب الاستطلاع مما يتحلى به الشخص المفكر.

ومن الخصائص التى تفرّق بين مؤسسة إخبارية وأخرى هى القصة الخبرية التى تولد من عقل المندوب المبتكر أو المنتج. ويستطيع الصحفى الناشئ بطموحه وشغفه أن يبنى لنفسه سمعة قوية داخل مؤسسته إذا استطاع أن يطرح زوايا جديدة وتقارير أصلية.

ومن المحتمل أن كثيراً مما يمكن أن يكون أخباراً اليوم ليس فى الأخبار، لسبب بسيط، هو أن أحداً لا يغطيها. وفيما قبل الستينات، تجاهلت وسائل الإعلام الإخبارية زمجرات ثورة السود التى كانت على وشك الانفجار؛ لأن قلة من المندوبين هم الذين اكترثوا بالملاحظة والنظر والمتابعة (كان عدد المندوبين السود قليلاً فى ذلك الوقت، ولم يزد عددهم كثيراً الآن). ويستحيل أن نعرف الآن كم من الأخبار المختفية بقيت فى الظلام ولم ترو بعد. ولكن من المؤكد أنها هناك، ولو رفع المندوب حاسة استشعاره ورصده لوجدها إذا أراد.

من أين تأتى القصص الإخبارية؟ أولاً وببساطة شديدة تأتى من ملاحظات المندوب المباشرة ومن خبرات الحياة. إن المندوب الجيد لا يكاد يتوقف عن العمل، فلو أن جاراً جرح نفسه بسبب سيره كالأعمى حيث تطايرت فيه شظايا الباب الزجاجى، فإن المندوب يفكر، لماذا نصنع هذه الأبواب على هذا النحو دون أن يفكر أحد فى الأخطار المحتملة؟ وهنا تتكون لديه بداية القصة الخبرية.

يشترى بيتاً جديداً، ويكتشف أنه سئ الإعداد وأن به عيوباً كثيرة ويتحدث إلى جيرانه فيجد أنهم يعانون من المشكلات نفسها. هل هذه تجربة مشتركة بين الملاك الجدد. وماهى الضمانات التى يتمتع بها المستهلكون تجاه من يبنون مساكن جديدة رديئة؟ وأينما يجد المندوب نفسه، فى اجتماع مجلس مدرسة أو محطة أتوبيس أو حفل عشاء .. فإنه يستمع إلى المشكلات والهموم وما يثير اهتمام الناس من حوله.

ومفتاح توليد القصص الإخبارية هو مزيج من المعرفة والحساسية والحس المرهف، والقدرة على توجيه الأسئلة السديدة، والرغبة فى توجيه سيل من الأسئلة . ومن أكثر الأسئلة فائدة سؤال : لماذا؟

وأفضل المندوبين هو الذى يسيطر عليه إحساس قوى بما يجب أن تكون عليه الأشياء، وماهى عليه الآن. وتنشأ معظم القصص الإخبارية الأكثر أهمية من الفارق بين الواقع وما يجب أن يكون.

تأمل لبعض الوقت التنازع الدائر الذى يعقب صدور تشريع أساسى .. صدر القانون وأعلن السياسيون أن لديهم رغبة فى تطبيقه. هذه حقائق تتم تغطيتها إخبارياً، ولكن المندوب المبدع هو الذى يسعى لمعرفة هل يؤدى التشريع دوره المفروض، أم أنه يشغل البيروقراطيين ويبدد أموال دافعى الضرائب، ويجبر الخاضعين له على ملء مزيد من الاستمارات؟ وإذا لم يؤد القانون ما هو منوط به . فهل هو قابل للبقاء؟ ولماذا يخيب؟

وقليل جداً من المندوبين هم الذين يبذلون الوقت والمشقة فى متابعة قصة خبرية كهذه لم تعد فى بؤرة اهتمام الناس. وغالباً ما يترك هذا الأمر انطباعاً لدى القارئ والمشاهد بأن

مشكلة اجتماعية معينة قد حلت لمجرد صدور القانون، وحتى يؤدى مهمته على خير وجه.. فإن المندوب الذى غطى القصة الخبرية الأصلية يحتاج إلى أن يكون قريباً من الظروف التى تنشأ عن تطبيق القانون. وهكذا يحقق المندوب دور وسائل الإعلام فى الرقابة، وهى وظيفة لا تقل أهمية بالنسبة للجمهور عن تغطية الأنشطة التشريعية والتنفيذية الرسمية.

كيف تنجز ذلك؟ لابد أن تقيم بحرص اتصالات خلال المداولات حول المشروع وحين توقيعه كقانون. ففى هذا الوقت يكون المسئولون فى متناولك، ويسعدهم اهتمامك بالموضوع. وبعد أن يصبح المشروع قانوناً، باشر اتصالاتك على فترات منتظمة لترى كيف تتطور الأمور. اتصل بمجموعات المواطنين ممن يُفترض أن التشريع يساعدهم، وأحطهم علماً بأنك مهتم بهم وكيف يؤثر التشريع فيهم.

وفر الوقت لكى تقوم بزيارة موقع الحدث، تحر نوع وخُلق المعنيين بتنفيذ الأمر. كن على اتصال، واجعل المسئولين والمواطنين يعلمون أنك مهتم، حتى ولو أن القصة الخبرية لم تعد حدثاً أساسياً، ففى النهاية يحتمل أن يتصلوا بك، ليس بشأن الأمر بالذات وإنما لأمور أخرى قد يصادفونها.

وفى الحقيقة أن الذى تفعله هو أنك تبنى شبكة من العيون والآذان، تجعلك على اتصال بالخبرات والحقائق بخلاف ما هو لديك. اربط هذه الشبكة مع شبكاتك الأخرى التى أقمتها خلال تغطيتك لأحداث أخرى. وبهذا تكون قد وصلت إلى وسيلة مفيدة لكى تكون على صلة بما يجرى أبعد من حدود حياتك وخبرتك.

وأسهل الطرق لتغطية الأخبار هى أن تنتظر أن يعقد مسئول مؤتمراً صحفياً أو ينظم حدثاً. ومن سوء الحظ أن بعض مؤسسات الأخبار التليفزيونية تتلقف ذلك بسرعة. وغالباً ما تكون النتيجة أن مصدر الأخبار هو الذى يناور الأخبار، وهو يستهدف ترويج قصته الخبرية بشروطه، وتوقيته، وغالباً ما ينجح.

وصحيح أنه لابد من بذل الاهتمام المناسب بالأخبار الرسمية. إلا أن المندوب الجيد لايكتفى بذلك. فحتى والخبر ينشأ من واقعة مخطط لها مسبقاً .. فإنه يبحث عن شئ أكبر يربطه بالعنصر الإنسانى، بالمواطنين.

وعلى سبيل المثال، يدعو العمدة (X) إلى مؤتمر صحفى لكى يعلن أنه زاد عدد ضباط الشرطة فى حى (Y) بالمدينة، مما أدى إلى هبوط معدل الجريمة فى تلك المنطقة. هل مايقوله العمدة صحيح أم أنه ضرب من الدعاية والعلاقات العامة؟ من الطبيعى أنك ستترك للعمدة يقول مايريد، ولكن لا تقنع بهذا فى قصتك الإخبارية. وفيما بعد قم بزيارة الحى(Y)، وتحدث إلى الشرطة المحلية ومع المواطنين. وحاول أن تتيقن مما اذا كان هناك حى آخر أصبح يعانى نقصاً فى قوة الشرطة بعد قرار العمدة بإعادة التوزيع. وباختصار.. فإن البيان السياسى الكبير فى قاعة مجلس البلدية يمكن أن يختلف اختلافاً ملحوظاً لدى عامة الشعب حيث موطن الأحداث.

تذكر أن الأخبار تتعلق بالناس. وأن هناك قصصاً إخبارية رائعة وقوية عن مواطنين يقفون على حافة التغيير. مثلاً .. صدر قانون بتحديد إدارى جديد للمناطق. كيف سيؤثر على من يعيشون فى هذه المنطقة أو بالقرب منها؟ إن المنطقة المجاورة تتدهور. من الذى بقى، وماشعور الأهالى إزاء التغييرات، وكيف يواجهونها؟ التضخم يتزايد .. كيف يتدبر الناس شئونهم المالية، ما الذى يستغنون عنه؟ كيف يرون التغييرات من أجل حياة أفضل فى المستقبل؟ إن الأبعاد الإنسانية للتغييرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية هى دائماً مادة إخبارية جديرة بالاهتمام.

ومن المهم أن نلجأ إلى مبدأ التخصيص إلى جانب التجرد . ويتيح التليفزيون فرصة رائعة لعرض نسيج الحياة الفردية وحدها، كما يمكن أن يعرضها فى الإطار الأوسع كجزء من حياة الجماعة. وتستطيع أخبار التليفزيون أن تضفى الطابع الإنسانى على موضوع ما أو مشكلة ما بأن تضيف إليها وجهاً وصوتاً وواقعاً حياً بأن نقدم هذا النسيج المتفرد العجيب، هذا الشخص بذاته، بدلاً من الرسوم البيانية والخرائط، والتجمعات الاجتماعية للعلماء.

ومن الطبيعى أن يحرص المندوب على ألا يترك انطباعاً بأن الجماعة كلها مثل هذا الشخص ـ من الجماعة ـ الذى يجرى الحوار معه. ولكن انه من الأفضل أن تتضمن المشكلة الاجتماعية وجهاً إنسانياً.

وثمة اقتناع يتزايد بأن الحقيقة الوحيدة التى يمكن التأكد منها، والتى تستحق التغطية الإخبارية، تلك التى يمكن قياسها ووزنها وتصنيفها باصطلاح رياضى محدد. ومع ذلك.. فإنه

بالنسبة للإنسان العادى، فإن الأرقام والخرائط تفتقر إلى شئ معين وبعد معين، لا يمكن حسابه ولكنه حقيقى جداً.

ويقول من يستقصون الرأى العام: «هكذا يشعر الناخبون المستقلون». ولكن من هم هؤلاء الناخبون المستقلون؟ وما سر نشاطهم؟ ولماذا يختارون ألا ينحازوا؟ إن الاقتراعات والخرائط والحسابات الرياضية تفيد فى تتبع الصورة الأكبر، ولكن المعنى الإنسانى لها يضيع إذا لم ترتبط ببشر من لحم ودم. إن أخبار التليفزيون التى تعالج بعناية ونظام، يمكن أن تحقق هذا الارتباط، فتضيف خلال هذه العملية بعداً مهماً، يثرى اهتمام الجمهور وفهمه للقضايا الأكبر.

تعلّم كيف تستمع بعقلك ووجدانك؛ فأحياناً تنشأ قصة خبرية خلال تغطيتك لموضوع معين، اختزنها فى ذاكرتك وتتبعها فى وقت لاحق.

اقرأ .. اقرأ كل شئ يقع تحت يدك، اقرأ بهمة وإيجابية بدلاً من القراءة السلبية، تأمل جيداً المواد والأفكار. كوّن أسئلة. وعلى سبيل المثال أنت تقرأ أن البطالة بين الشباب السود عالية وفى تزايد مستمر. اسأل نفسك لماذا يكون الأمر كذلك ومن هم هؤلاء الشباب؟ ما الوظائف المتاحة؟ وما مهاراتهم؟ وما برامج التدريب التى قدمت لهم؟ ما طبيعة آمالهم وأحلامهم ورؤى مجتمعهم؟ ومرة أخرى أكرر إن السؤال الأهم هو: لماذا؟ ومن خلال البحث عن إجابات .. فإن هناك آلاف القصص التى تنتظر من يفصح عنها، وتكون الصحافة فى قمتها عندما تكشف الخفى تحت السطح وما هو منتظر.

وسّع آفاقك. إن رؤية العالم من خلال نظرتك الآمنة الخاصة، من وجهة نظر الطبقة المتوسطة من شأنها أن تحد مجال تغطيتك. إن الأخبار المستنبطة هى أخبار عند حافة التحول والتغيير. يجب أن تكون أنت جبهة متقدمة، يتشمم الجديد، وتحوُّل الولاءات والأفكار الجديدة. وحتى تنجح فأنت فى حاجة إلى تنمية عادة التحدث مع كل نوعيات البشر، ولاسيما هؤلاء الذين يعيشون حياة تختلف عن حياتك. تجنب أن تكون من هذا النوع من المندوبين الذين يمشون دائماً وراء الناس ويكتفون بمتابعة آخر ما يحدث.

ومع عمليات التغطية، تنشأ لك مجموعة من الاتصالات مع أناس، يمكن أن تلجأ إليهم بحثاً عن الأفكار وما يستدل به. طور عادة الاتصال الهاتفى بهؤلاء الناس على نحو منتظم،

تسألهم عن أحوالهم وما يجرى فى حايتهم ومجتمعاتهم. وبإظهار اهتمامك بهم وبدوائرهم، إنما تبنى هذا النوع من العلاقات الذى يعطيك صفة المندوب المنفرد، الأمر الذى يتيح لك أن تعيد بفاعلية تشكيل تعريف مؤسستك للأخبار على نحو أكثر فاعلية.

تذرع بالشك. ستقرأ بيانات سخيفة جداً فى صحيفتك الصباحية إلا أنه أحياناً تنشأ قصة خبرية جيدة من كشف ما يمكن أن تنطوى عليه من خطأ أو سوء. حاول ألا تبهرك الميزانيات التقريرية والإحصاءات. قم بتحليلك المستقل للأرقام التى تحصل عليها. توصل الى الكيفية التى وصل بها المسئول الى الأرقام. ابحث عن تحليل عن طريق خبراء مختارين غير رسميين؛ فليست وظيفتك أن تقبل دون تبصر وتنشر فى استسلام ما تمليه عليك المصادر، وإنما واجبك أن تتحرى وتدقق وتدس أنفك لاستقصاء ما تقرأ وترى وتسمع.

اهتم. اهتم كثيراً. إن الانفعال والحمية قد لا تكون أمراً مقبولاً، ولكنها عناصر قوية إيجابية فى المندوب الجيد. وهى بالطبع تحتاج إلى ضبط؛ بمعنى أنه لا يجب أن يسمح لها أن تُبهم حكماً أو تخفى معلومات غير مستساغة. ولكن هذا النوع من الاهتمام بالموضوع، يساعدك على الاستمرار فيه حتى لو بدى أن مقدماته مشتتة ولن تصل الى شئ، وتتحسن التغطية والكتابة بصورة واضحة، عندما نعتنى بالناس الذين يصنعون الأخبار أو يتأثرون بها.

إن الحاجة شديدة إلى الأخبار المستنبطة فى الصحافة المطبوعة والمذاعة أيضاً. غير أنه بالنسبة لمندوب التليفزيون هناك اعتبار إضافى، حين يحاول ترويج فكرة قصته الخبرية إلى المسئولين فى الأخبار، وتعتمد فرصته فى الحصول على الوقت والتسهيلات اللازمة لمتابعة قصته الخبرية، إلى جانب قيمتها الذاتية على الكيفية التى يترجم بها الفكرة الى شئ مرئى، الى عمل مصور.

وباختصار.. فإنه لا يكفى بالنسبة لأخبار التليفزيون أن تكون لديك فكرة جيدة؛ إذ لابد أن تكون فكرة تليفزيونية جيدة أيضاً، وهذا يعنى أنه يجب على المندوب أن يفكر فى طرق لترجمة القصة الخبرية إلى صورة. وإذا كان كل ما فى ذهنك مجرد أفكار نظرية كلامية أو مجرد مقابلة جافه مع شخص كل ما يفعله أنه ببساطة يتحدث أمام الكاميرا.. فإنك قد تجد صعوبة فى تخصيص فريق تصوير لخدمة قصتك الخبرية. ومن ناحية أخرى.. اذا أمكنك

إظهار مكان شيق أو قطعة حية من العمل، وإذا كانت لديك الموهبة الأكيدة لإظهار القلب الدرامى للقصة الخبرية من اللقاءات التى تجريها.. فإنه يمكنك الحصول على تصريح بالعمل.

لا تنتظر أن تفوز فى كل معاركك مع المسئولين عن الأخبار، فبعض المحررين المسئولين عن التكليفات يفضلون القصص الخبرية المرصودة؛ لأنهم - حينئذ - يكونون على يقين من أن فريق الكاميرا المكلف بتغطية مؤتمر صحفى فى الساعة العاشرة يمكنه أن يغطى شيئاً آخر فى الحادية عشرة. وعلى العكس من ذلك.. فإن القصة الخبرية المقترحة أو المستنبطة ليست أكيدة المعالم أو محددة التوقيت، ويجب أن تكون الكاميرات متاحة لها حتى نهاية المهمة.

تذكر أنه بينما تحاول أنت مناقشة قصتك الخبرية المقترحة .. فإنه يجب على المحرر المختص بالتكليفات أن يضع اقتراحك موضعه المناسب فى ضوء تقديراته للإمكانات المتاحة فى ذلك اليوم، وكذلك الخطة الكاملة للنشرة. وقد يفضل المحرر إيثار السلامة بدلاً من المغامرة فى قصة خبرية ليست مدرجة فى سجله اليومى.

وكم من قصص إخبارية تليفزيونية جيدة ومبشرة لاتتم إذاعتها بسبب الافتقار إلى التأييد المنطقى. ومن المحزن أن هذه هى حقيقة الحياة، وهى أكثر أنواع التوترات التى تواجه المندوبين الذين يرغبون فى الإقتراح والإستنباط الإخبارى وفى أن يكونوا خلاقين.

الفصل الثالث

السيطرة على التكنولوجيا والتغطية الميدانية

الجزء الأول

إن أدوات المندوب الذى يعمل فى الصحف هى: القلم الرصاص (أوالقلم الجاف) وبعض الأوراق. ويستخدم بعض مندوبى الصحف مسجلاً للتأكد من أن ماينقلونه دقيق تماما. وتعتبر هذه أموراً بسيطة بالمقارنة بالأدوات التى يستخدمها مندوب التليفزيون. ويجد مندوبو الصحف الذين يتحولون إلى التليفزيون، أنهم فى عالم جديد غريب، حيث يبدو كثيراً أن متطلبات التكنولوجيا تعترض طريق القصة الخبرية. وإنها لتجربة مفزعة أن يعانى بعض المندوبين الجدد من كوابيس، يجدون فيها أنفسهم قد قيدوا بأسلاك أو محكوم عليهم بالفشل؛ بسبب عيوب الإضاءة أو أعطال الكاميرات أو حوادث الاختفاء الغامضة فى غرف المونتاج.

وعلى مندوب التليفزيون أن يتعلم أن يتعايش مع حقيقة أن تكنولوجيته غير كاملة؛ إذ كلما ازدادت تطوراً وتعقيداً، تطلبت فنيين مهرة للسيطرة عليها وضبطها، وأنه كثيراً ما تتعطل الأجهزة أويخطئ بعض العاملين، ويحتاج المندوب إلى أن يتعلم كيف يتغلب على «المصاعب الفنية» بروح المرح والمهارة والذكاء، وأن يواصل القصة الخبرية برغم العقبات الفنية غير المتوقعة.

ومفتاح الأمر كله هو كلمة «السيطرة». تذكر أن مهمتك هى الحصول على القصة الخبرية وإبلاغها جيداً. ولذلك فلابد أن تسيطر على التكنولوجيا حتى تخدم هذه الأغراض، لا أن تخدم نفسها.

وثمة فرق جوهرى بين التغطية فى الصحف والتغطية فى الوسائل الإلكترونية وهو أن المندوب الصحفى يعمل أساساً بمفرده، فى حين أن مندوب التليفزيون يتعامل مع فريق الكاميرا فى العمل الميدانى للخبر، وهيئة الإنتاج فى المحطة التليفزيونية التى يتبعها. إن أخبار التليفزيون جهد جماعي.

ففى العمل الميدانى ستجد أنك تعمل مع شخص أو اثنين أو ثلاثة حسب اتفاق المسئولين فى الإدارة الإخبارية. ومن المعتاد أن يتألف فريقك من مصور وفنى. وفى المحطات الأصغر أو المتوسطة يتولى تغطية القصة الخبرية شخص واحد. ومهما يكن عدد العاملين فى فريقك، يجب أن تفهم مسئولياتهم بوضوح، وكيف تتعامل معهم.

إن المصور مسئول عن التقاط الصور والمشاهد اللازمة التى تشكل الرسالة الإخبارية فى النهاية. وهو يضع الحوامل والإضاءة إذا اقتضى الأمر، ويعد الأسلاك والتوصيلات اللازمة. ويساعده الفنى فى وضع الإضاءة وما يتصل بذلك من أعمال. والمهمة الأساسية للفنى هى تشغيل جهاز الفيديو كاسيت (V C R) الذى يسجل الصورة والصوت عبّر الكاميرا. وعليه أن يتأكد من درجة جودة الصوت فى المقابلات والمقدمات الإخبارية، والتعليقات التى تسجل فى موقع الحدث والصوت الطبيعى، فضلاً عن تشغيل جهاز الميكروويف (عندما يكون هناك اتصال مباشر بغرفة الأخبار).

وفى معظم الأحيان .. يكون المندوب هو المنتج الميدانى. الأمر الذى يعنى أنه يكون مسئولاً عن محتوى المادة المصورة التى سيجرى إعدادها فيما بعد كقصة خبرية، إلى جانب مسئوليته فى تغطيتها، وكتابتها وإلقائها. وبكلمات أخرى .. فإن المندوب يتولى - أثناء العمل الميدانى - قيادة الفريق، فهو الذى يحدد أين يذهب فريق التصوير، وما الذى يجب أن يصوره. وموعد إرسال شريط الفيديو إلى غرفة الأخبار، وهذه مهارات تنفيذية يجب أن يتمرس عليها مندوب التليفزيون بالقدر نفسه من المثابرة والمسئولية وحسن التصرف، الذى يتطلبه أى عمل تنفيذى آخر.

ومن المهم جداً أن يفهم المندوب متطلبات التكنولوجيا والفنيين، وأن يفهم حدودهما الآلية والإنسانية. ومن سوء الحظ أن القواعد المتفق عليها فى معظم المؤسسات الإخبارية تمنع المندوب من تشغيل الكاميرا أو القيام بنفسه بعمليات المونتاج لمادته. ولكن فى مدرسة،

خريجى الصحافة بجامعة كولومبيا .. فإن جميع الطلاب الذين يدرسون التغطية الإخبارية للتليفزيون يقومون بالتدريب على تشغيل الكاميرات، وعمل مونتاج شريط الڤيديو. وبالتعامل مع الجانب الشاق والجانب الجميل فى الوسيلة .. يكتسب الطلاب احتراماً وفهماً أكبر للجانب الفنى من العمل. ولكن إذا تعذر اتاحة هذا الاحتكاك المباشر مع التكنولوجيا.. فإن المندوب يستطيع أن يتعلم كثيراً من خلال توجيه الأسئلة إلى فريق التصوير ..

ومرة أخرى أقول بإنه من الجوهرى أن يفهم المندوب القواعد التقنية للتصوير، والمتطلبات الفنية لتكوين الرسالة الإخبارية.

ومع السيطرة على الأساليب الفنية لابد أن ينتبه المندوب تماماً إلى قوة الدفع الأساسية للقصة الإخبارية وطبيعتها.

وتبدأ معظم الموضوعات الإخبارية، على نحو ما يبدأ العالم تجربته، بفكرة أو نظرية. ومن غير المجدى الشروع فى تجربة دون إحساس بالغرض منها، وينطبق ذلك على التغطية الإخبارية. ويتعين على المندوب بمجرد أن يتلقى تكليفه أن يشرع فى تمثل نظريته: ماأهميته؟ ومن هم أبطاله المحوريون؟ ما القضايا الواردة؟ ماذا يحتمل أن يحدث؟

واليكم نموذجاً واقعياً للتكليف: دعا العمدة إلى مؤتمر صحفى فى قاعة المدينة للتحدث عن الجريمة.

إن الأسئلة التى يجب أن تطرحها :

* لماذا يدعو العمدة إلى مؤتمر صحفى فى هذا الوقت؟ ما الأحداث التى وقعت مؤخراً وأجبرته على ذلك؟

* هل هو على خلاف مع قائد شرطة المدينة؟

* ما طبيعة هذه الخلافات؟

* ما القضايا المحورية فى الموضوع المثير للجدل حول الجريمة فى المدينة؟ هل قلة رجال الشرطة فى الشوارع؟ تسرع رجال الإدعاء؟ تراخى المحاكم؟ ازدياد الفقر والبطالة؟ الأسلحة؟

* ما البعد السياسي لكل هذا؟ هل يعتزم العمدة ترشيح نفسه للمنصب مرة أخرى؟ من هو خصمه في الترشيح؟ وإلى أي مدى يمكن أن يؤثر هذا الوضع على بيانات العمدة عن الجريمة؟
* ما الطبيعة الحقيقية لمشكلة الجريمة وهل يدخل حلها في نطاق سلطة العمدة؟ وإن لم يكن فمن يستطيع؟ وكيف؟

وبعد مرحلة تأمل الحدث الذي ستقوم بتغطيته انتقل إلى الجانب التنفيذي. كيف تصل إلى مكان المؤتمر، مقدار الوقت المتاح للتغطية في ضوء الموعد النهائي، كيف تستفيد إلى أقصى حد من عناصر الوقت والكاميرا والمندوب؟

إذا كان هناك وقت كاف قبل الحدث. قم ببعض الأبحاث التليفزيونية بغية جمع المعلومات. لا تخرج متعثراً تتلمس فكرة، إن من أخطر ما يقع فيه مندوب التليفزيون الجديد ومن عوامل الفشل: الافتقار إلى التركيز، والتركيز المبكر.

وينبغي ألا يكون هذا التخطيط المسبق جامداً يعجزك عن تغيير الاتجاه عند وصولك إلى موقع الحدث، لو بدا أنه شئ مختلف. ولكنك لو حاولت أن تعتمد على مجرد الاستماع منذ البداية .. فإنك بذلك تفتح الطريق أمام تغطية غامضة، غير محددة، وضحلة. وعليك أن تذكر أن التليفزيون لا يعير نفسه للقصص الإخبارية العامة الشاملة. ومن الأفضل أن تقوم بتغطية زاوية محددة ضيقة، تركز عليها بدقة، ثم تخرج منها إلى بعض التعميم.

أشرك فريق التصوير منذ البداية في كل ما يتعلق بالموضوع، وأبلغ المصور بصفة خاصة أنك تبحث عن شئ محدد، وزاوية معينة، وتلتمس مساعدة الكاميرا لالتقاط الموضوع مادة وكيفية، وغالباً ما يتمتع المصور بتقدير إخباري جيد. ويمكن أن يقدم نصيحة واقتراحات طيبة.

وفي هذه النقطة يضيف كينيث تيفن Kenneth Tiven مدير الأخبار في محطة CUPXI في بتسبرج، هذه التعليقات: يمكن أن يكون المندوبون الجدد أشبه كثيراً بالمحامين الشبان. إن لديهم إلماماً جيداً بنظرية الصحافة مع إحساس محدود بالتفاصيل اليومية لجمع الأخبار. ويمكن أن يكون فريق التصوير المخضرم ذا فائدة عظيمة في تبيان كيفية جمع المعلومات، والعثور على المقابلات الحيوية وجمعها.

وفضلاً عن ذلك.. فإنهم يتمتعون بحساسية خاصة فى إدراك اللحظة المناسبة لتدخل الكاميرا فى الموقف. ثم إن ردود فعلهم إزاء سلسلة من الأحداث، يمكن أن تكون مفيدة وقيمة كمقياس، دون أفتراض دقتها الدائمة.

ومن الحكمة ـ عندما تكون فى ميدان العمل ـ أن تطلق العنان للمصور حتى يلتقط مزيداً من الصور التى تفيد الموضوع. ويستطيع المصور الصحفى الخلاق أن يضيف كثيراً جداً إلى أى موضوع بالتقاط صور ومواقف بليغة تجعل القصة الخبرية أكثر جاذبية، وسيرى أشياء كثيرة قد تفوتك، وأنت مشغول بترتيب المقابلات، أو كتابة نص أو مقدمة، أو تغطية موضوع ساخن.

والمندوب العاقل هو الذى يتعلم منذ البداية كيف يحرك ويضبط مواهب فريقه، فيظفر بأفضل ما لديهم حتى يأتى الخبر ثمرة لائتلاف مواهب مشحوذة إلى أقصى مداها. وإلى جانب ذلك.. فإنه من المهم أن يُثنى المندوب على المصور كلما وجب الثناء، لأن المندوب هو الذى يقوم بالدور الأول فى أخبار التليفزيون فهو القائد وهو النجم، بينما الحصاد الأخير هو نتيجة جهود أناس كثيرين. والمندوب الذى يعترف بالعمل الفنى الجيد ويقدره، إنما يتمتع بالحكمة التى تجعله يشاطر أقرانه مشاعرهم. وسوف يُنجز أي إنسان عمله على نحو أفضل لو علم أنه موضع تقدير واستحسان.

أما المندوب الذى يتصرف وكأنه النجم الأول .. فإن فرصته فى إنتاج خبر ممتاز أقل من المندوب الذى يتعلم كيف يتعامل بحب وروح خلاقة مع فريق التصوير والمونتير. ومن المفيد تماماً أن يلم المندوب بموضوعه، إلا أنه يمكن ألا يصل إلى أى شئ، مالم يقدم له الفنيون مساعدتهمالإيجابية.

والآن ننتقل إلى بحث بعض المبادئ الأساسية فى استخدام كاميرا التليفزيون فى عملية التغطية.

المبدأ الأول: لا تستخدم الكاميرا كالورق والقلم.

تصرف كما يفعل الصحفى من حيث تدوين اسم من تجرى معه مقابلة، ونبذة عن سيرته ووظيفته وعنوانه وأى معلومات أساسية أخرى. ومن الحكمة أيضاً أن تطلب إلى محدثك

التعريف بنفسه أمام الكاميرا فى بداية اللقاء؛ لأن ذلك يساعد على تجنب أى ارتباك إذا كنت تجرى أكثر من لقاء. تأكد من أن لديك فى مفكرتك النطق الصحيح لأسماء محدثيك وألقابهم.

وعليك أن تفكر فى الشكل النهائى للخبر وأنت فى ميدان العمل، وقد تجد أنه ليس من المحتمل أن تحتاج إلى استخدام جزء الفيديو المسجل عليه مصدر الخبر.. اسمه، وعنوانه، ومهنته، ولهذا تكتفى بلقطة الاسم فقط على سبيل التعريف ، وستجد أنه من الأفضل أن تعود إلى غرفة الأخبار بعدد أقل من شرائط الفيديو وليس أكثر، لأن المونتير يفضل - بسبب ضغط عامل الوقت والموعد النهائى للإذاعة - ألا يشاهد مناظر وانتاجاً لا فائدة منه.

المبدأ الثانى : اقتصد فى استخدام الكاميرا

استخدمها على نحو هادف واقتصادى. فليس هناك أكثر تبديداً من لقطات مبعثرة، تضرب هنا وهناك على غير هدى، أو فكرة عما يمكن أن تضيفه إلى الموضوع. والتقاط أى صورة جميلة لا صلة لها إطلاقاً بالموضوع، يعنى أن هناك نقصاً فى الانضباط، وعجزاً فى تحديد الهدف، كما أنها تثير سخط المكلف بمشاهدة نتيجة عملك.

ويشير المبدآن الأول والثانى إلى بعض الضوابط التى تراعى فى استخدام الكاميرا. ففيم تستخدم الكاميرا إذن؟ استخدمها فيما تؤديه جيداً... إبراز الحقائق، وكشف المشاعر والأحوال النفسية.. تهيئة المسرح، وإضفاء الطابع الإنسانى على الأمور المجردة.

وإذا كنت تقوم بتغطية خطاب أو مؤتمر صحفى أو مقابلة، تذكر أنك تهدف إلى استخدام جزء بسيط من هذا العمل على الهواء. فربما تكفى عشرون ثانية أو تسعون ثانية من بيان أو مقابلة لتحقيق اللازم. ولو أنك تشاهد أخبار التليفزيون بانتظام .. فستدرك مدى قصر المقتطفات الصوتية. والمقتطف أو المقطع الصوتى فى الخبر، هو هذا الجزء الذى يتحدث فيه شخص آخر (غير المندوب) بلغته أمام الكاميرا. ومن المدهش حقاً مقدار ما يمكن أن يقال، وأثر كلماته القليلة لو أنه تم اختيارها بحكمة ونضج.

وعلى سبيل المثال يدعو المحافظ إلى مؤتمر صحفى لإعلان استقالة نائبه، وتعيين نائب جديد. هل تعتزم استخدام البيان؟ أليس من المحتمل أن تكون الاستقالة والتعيين هما مقدمة الخبر؟ وسيقوم بذلك مذيع النشرة.

إن المذيع وقد أعلن نبأ استقالة مستر زد "Z" وأن مستر أو"O" سيحل مكانه، سيتحول إلى المندوب الذى سوف يقول .... يقول ماذا؟ هل سيكرر ما قيل.

لا .. فلو أنك فى مسرح الحدث تفكر فى المنتج النهائى وهو الخبر، فسوف تدرك أن جسم رواية المندوب ستخلو من مادة المقدمة، والعنوان الرئيسى، والحقائق الأساسية، وتركز على الأسباب. وباختصار.. فإن ما تبحث عنه فى شريط الفيديو ليس البيان نفسه، ولكن ما يعقبه من تفسيرات واستفسارات من خلال الأسئلة والأجوبة التى تدور فى المؤتمر الصحفى.

ويطبق المبدأ نفسه فى المقابلات. فلو أن عضو المجلس مستر كيو "Q" يعارض أعمال عضو آخر مستر آر "R" مثلاً.. فمن المحتمل أن يشكل ذلك مقدمة الخبر. وما تحتاجه على شريط الفيديو من مستر «كيو» هو حججه التى يستند إليها فى موقفه ومعارضته لموقف العضو «آر». أما وقد علمت ذلك فى مقابلتك .. فإنك تصب أسئلتك عندئذ فى جوهر الموضوع. ومن الطبيعى أنك قد لا تحصل على تفسير مُرضٍ فى بداية طرح الأسئلة؛ فقد تحتاج إلى التخلص من هذا الموقف وأن تتحدى، وتواجه حجج هذا العضو بما ساقه خصمه من أسانيد. دون أن يغيب عنك ـ طوال الوقت ما الذى تريده، وأنك تستخدم الكاميرا لإنجاز هذا الهدف.

ومندوب التليفزيون الماهر هو الذى يعمل على مستويين على الأقل، إنه يجرى مقابلة أو يستمع إلى المعلومات، ولكنه فى الوقت نفسه يشحن القصة الإخبارية النهائية فى رأسه، وعندما يظفر بالمقطع الصوتى (التصريح) الذى يحتاجه ويريده، وعلى النحو الذى يعتقد أنه قابل للمونتاج .. فإن جرساً صغيراً يدق فى رأسه .. نعم هو هذا، وعندئذ يطلب إلى المصور إغلاق الكاميرا.

تذكر وأنت تروى الخبر أنك لست محكوماً باستخدام المقطع الصوتى وحده، إنه مجرد عنصر فى الخبر، وإن يكن مهماً. فلك الخيار فى استخدام الصور التى تسجل تعليقك بالصوت عليها.

وإذا أردت أن تكتب تعليقاً، فتأكد بعد حصولك على المقطع الصوتى من أن المصور يلتقط الصور التى يمكن استخدامها لتوضيح ودعم النص الذى تكتبه. وهكذا ترى مرة ثانية أنك

تتخذ قرارات وأحكاماً مهمة على الطبيعة. وليس لديك فى العمل مع التليفزيون ترف العودة إلى غرفة الأخبار؛ لتتأمل كيف يمكن أن تكون القصة الإخبارية قبل أن تكتبها وتجهزها.

فإذا عدت دون الصور التى تخدم النص الذى تكتبه فستكون فى مأزق مع رئيسك. وقد تضطر إلى إعادة تشكيل الموضوع كله حتى يتلاءم مع الصور التى جمعتها.

ومن حسن الحظ أن هناك طائفة من اللقطات النمطية فى التغطية، التى يلتقطها مصورك عادة خلال الخبر. وعلى سبيل المثال .. ففى المؤتمر الصحفى تجده يأخذ لقطة واسعة تشمل مسرح الحدث، وأخرى للمتحدث وهو يستمع إلى الأسئلة. وصورة للمندوبين وهم يدونون ملاحظاتهم، ورابعة للكاميرات وهى تلتقط الصور. وهذه اللقطات العامة هى التى تخدم التعليق، وإن تكن غير مثيرة كثيراً. ولكن لا تسلم بأن المصور قد التقطها. تأكد بنفسك من أنه قد فعل ذلك قبل أن ينصرف الفريق. لا تنس أنها مسئوليتك أن تحضر معك الصور الضرورية لتحرير خبر ناجح، بالرغم من أن المصور هو الذى يتولى التقاط الصور.

ولقد تناولنا، حتى الآن، ثلاثة عناصر تكمن فى الخبر التليفزيونى:

مقدمة مذيع النشرة:

وهى المقدمة أو رأس الموضوع كما صاغها المندوب، ويقرؤها المذيع. وتنقل هذه المقدمة الخبر إلى المندوب الذى يكمل. ومثال ذلك: أعلن المحافظ إكس"X" اليوم استقالة نائبه زد"Z" وتعيين المحامى أو"O" مكانه. روبين سميث المندوبة لديها مزيد فى هذا الموضوع.

تسجيل التعليق على الصورة:

يروى المندوب، على الصور المعدة، مزيداً من المعلومات وعناصر الخبر، ثم يأتى المقطع الصوتى (جزء من بيان أو تصريحات المسئول بالصوت والصورة). ومثال ذلك : صوت مسز سميث على شريط الفيديو تقول :

صرح المحافظ بأن الاحتكاك المتصاعد بينه وبين نائبه جعل من المستحيل استمرارهما كفريق. وقال إنه من مصلحة المدينة أن يتفقا على الأهداف، وها هو يعرض نقاط الخلاف التى أدت إلى استقالة السيد زد.

مقطع الصوت :

وهو شريط فيديو لمصدر الخبر، وهو فى هذه الحالة المحافظ نفسه. مثال : المحافظ وهو يقول: فشل السيد زد فى دعم جهودى لتغيير قوانين الأحياء، وقد حاول اعتراض خططى لخفض أعداد رجال الشرطة والصحة. وقاوم رفع أجور الأتوبيسات. وباختصار.. جعل من المستحيل علىّ أن أحكم المدينة، وحتى الآن.. فإن هذه القصة الإخبارية ليست كاملة، ولكنها تصور بعض العناصر التى لابد منها :

١ـ المقدمة التى سيقرؤها المذيع والتى تحقق صلب الموضوع.

٢ـ صور كافية لتغطية تعليقك فى بداية الخبر.

٣ـ مقطع الصوت الذى يتجه إلى قلب الموضوع، دون تكرار لأى معلومات مما سبق.

وباختصار.. فإنه عليك أثناء الحدث أن تخطط الشكل النهائى للخبر، وتبادر دائماً إلى التفكير فيما يحتاجه من معلومات وصور.

وقد أشرنا ـ فى مكان سابق من هذا الفصل ـ إلى الحاجة إلى قيادة تنفيذية يتولاها مندوب أخبار التليفزيون. ومن أهم ممارسات هذه القيادة الاستخدام الكفء لوقت فريق التصوير. وفى معظم المؤسسات الإخبارية.. يتعين على المندوب أن يستخدم فريق التصوير لمدة معينة، ربما ساعة أو ساعتين، لأنه يحتمل أن يكون لديه تكليف بعمل آخر. وهكذا.. يجد المندوب نفسه مضطراً لاتخاذ قرارات سريعة بشأن الخبر، حتى تُغطى كل عناصر المادة المصورة، قبل أن ينصرف الفريق لأداء التكليف الآخر. وفى بعض الأحيان.. يكلف المندوب نفسه بخبر آخر. ومن المعروف فى محطات التليفزيون الصغيرة أن المندوب الواحد يغطى ثلاثة أو أربعة أخبار فى اليوم.

ويجب على المندوب ـ حتى وفريق التصوير معه ـ ألا ينسى المواعيد النهائية الأخرى: الوقت اللازم: للعودة، ونقل الأشرطة إلى المحطة، وإعداد المونتاج، وكتابة التعليق وتسجيله على شريط الفيديو. ومن الطبيعى أن الموعد النهائى الأخير هو وقت إذاعة النشرة.

ومنذ سنوات قليلة.. كانت الأفلام هى المستخدمة فى عمليات الأخبار وليس الفيديو. وكان ذلك يبطئ العملية كثيراً؛ لأن الفيلم كان يحتاج إلى تحميض قبل المشاهدة والمونتاج. وعلى العكس من ذلك.. فإنه يمكن مونتاج الفيديو واستخدامه بمجرد التصوير. وإذا تم توصيل كاميرات الميني كام (كاميرا اليكترونية صغيرة يمكن حملها) أثناء التصوير بعربة تحمل طبق إرسال ميكروويف.. فإنه يمكن توجيه إشارات الميكروويف مباشرة إلى المحطة؛ حيث تترجم هذه الإشارات إلى صور. وهكذا.. يمكن مشاهدة الفيديو مباشرة فى غرفة الأخبار، ويمكن بدء المونتاج على الفور، ويستخدم هذا الإجراء فى الأحداث المهمة فقط. أما فى الظروف العادية.. فإن شريط الفيديو يرسل من مسرح الحدث إلى المحطة بالسيارة.

ولابد لمندوب التليفزيون - كأى منفذ آخر- أن يلم بلوائح تشغيل فريق التصوير، وبدء عمليات التصوير وفقاً لها. فبعض المحطات لا تسمح للمندوب بالغاء فترة تناول الغداء والقهوة، لما يستتبع ذلك من زيادة فى الأجر. ولهذا.. يتعين على المندوب أن يلائم جدول التصوير مع هذه القاعدة. وإذا التبس الأمر على المندوب بالنسبة لهذه القواعد.. فعليه أن يراجع مكتب الأخبار فى محطته للاستيضاح. ومع أن المندوب هو المسئول فى ميدان العمل.. إلا أنه يجب أن يتلقى التوجيه من المنتج المنفذ، أومدير الأخبار فى محطته.

ومن كل هذا تستطيع أن تستخلص أن عمل مندوب أخبار التليفزيون يختلف عن مندوب الصحيفة أو المجلة. وبينما يشاطرهم المسئولية نفسها بالنسبة للنزاهة والدقة والتوازن والعمق.. إلا أنه لابد أن يهتم بالاحتياجات التكنولوجية والاقتصادية للتليفزيون. فليس يكفيه الحصول على المعلومات اللازمة لتشكيل الخبر؛ إذ لابد أن تكون مصورة أو قابلة للتعبير عنها بالصورة. إن مهمته تحتاج إلى مزيج متناسق من تقديرات إخبارية فورية، وخيال خلاق، وكتابة دقيقة وشئ من المثابرة والهدوء.. مزيج يعينه على أن يظهر فى الصورة هادئاً متمالكاً لنفسه.

و لا جدال فى أن هذه ليست المهنة التى تلائم كل الأمزجة.

الفصل الرابع

السيطرة على التكنولوجيا والتغطية الميدانية

الجزء الثانى

يتطلب التليفزيون من المندوب أن يقوم ببعض التمثيل، كما يفعل الممثل، فعليه أن يعرف أين يجلس، وكيف يتحرك، وما تريده الكاميرا .. ويشعر بعض المندوبين بالضيق من هذه الأمور التى يرونها مثيرة للإزعاج. ولعلهم يفضلون بدلاً من ذلك أن يركزوا طاقاتهم على مضمون الموضوع. ولكنه ليس هناك من سبيل للهروب من متطلبات الأداء اللازمة فى العمل الإخبارى بالتليفزيون. وكلما أسرع المندوب إلى إتقان المبادئ المسرحية الأساسية، وصل بسرعة إلى أدائها بشكل آلى دون مشقة أو ضجر، ومن ثم يتوفر له الوقت والطاقة للتركيز على الجانب الصحفى من مهمته.

والحقيقة التى لاجدال فيها هى أن الصورة سيئة التكوين تنتقص من الخبر الجيد المتماسك. ويتعين على المندوب أن يؤدى حركات معينة لسبب بسيط، هو أنها تؤدى إلى نوع من الصور يمكن إعداده سريعا (بالمونتاج editing) ويعاون المصور المخلص، المندوب الجديد فى إيضاح كيفية الوقوف والجلوس على نحو صحيح، إلا أنه لا يأبه كل مصور بمساعدة المندوب فى معرفة ضرورات العمل المسرحى.

ولنبدأ بالمقابلة أو الحوار"interview" : أين تقف عندما تتحدث مع مصدرك؟

من الأجدر، للإجابة على هذا السؤال أن تفكر فى الصورة التى تعتقد أن الكاميرا يجب أن تراها. ويعتقد المندوبون الجدد أن وجوههم وأجسامهم يجب أن تظهر فى كل لقطة. ونتيجة

لذلك يحتمل أن يلجأ المندوب غير الواعى إلى اللقطة «السرطانية» فيجلس إلى جانب محدثه ووجهه أمام الكاميرا تماماً.. وهكذا يكون مضطراً إلى الالتواء يميناً ويساراً ليتلاءم مع وضع الميكروفون. ويترتب على ذلك أن الشئ الوحيد الذى تراه الكاميرا من الضيف هو لقطة جانبية للوجه. والحق فإن هذه اللقطة لا تعنى شيئاً، لأن ما يريد المشاهد أن يراه من خلال عين الكاميرا، وما يحتاج إلى مشاهدته خلال اللقاء هو وجه الضيف كاملاً، ويستحسن إذا أمكن ألا يظهر شئ من المندوب.

والسبب فى هذا بسيط: إنه من الأجدر أن ترى وجه الضيف وتستمع إلى حديثه وكأنه فى وضع طبيعى، وليست مقابلة مرسومة. إلى جانب أنه لأغراض فنية (فى المونتاج) يسهل ذلك الانتقال من لقطة للمحدث إلى لقطة أخرى له، دون حاجة إلى مواءمة مع حركات شخص آخر على الشاشة.

وأفضل طريقة للحصول على صورة جيدة، هى أن تميل بجانبك قليلاً نحو الضيف وظهرك إلى الكاميرا، وينبغى أن يكون وضع الميكروفون منخفضاً عند منتصف الصدر تقريباً حتى لا يحجب وجه محدثك. وإذا كان المصور يلتقط الصورة على نحو صحيح.. فلن يظهر الميكروفون على الإطلاق. ولما كانت هذه الميكروفونات حساسة، فلا حاجة بك إلى أن تدفعها قريباً جداً من وجه الضيف، كما أنه ليست هناك حاجة إلى أن تدفع الميكروفون إلى الأمام، ثم إلى الوراء بينك وبين محدثك.

وإذا كان الوقت يسمح فإنه من المفيد أن تستخدم ميكروفون العنق بدلاً من الميكروفون الذى يمسك باليد.. ويسهل ذلك نسيان وجوده، ويساعد على ارتياح الضيف، كما أنه يحرر يد المندوب حتى يكتب ملاحظاته، ويجعل الصورة أكثر طبيعية.

ولابد أ ن تُظهر الصورة الضيف فى لقطة مكبرة أو متوسطة، وهو ينظر إلى المندوب أو الكاميرا للإجابة عن الأسئلة ، وينبغى ألا يكون هناك أى ظهور لكتفك.

وإذا كنت من معتادى التأرجح بحيث تدخل فى الصورة، وتخرج فيجب أن تتوقف الكاميرا، وأن تُنبّه إلى الامتناع عن ذلك.

وعلى المصور قبل بدء تشغيل الكاميرا أن يعد المشهد ويحدده؛ فإذا كان غير مرتاح لوضعك أو وضع الضيف.. فعليه أن يتحرك إليكما لمساعدتكما على اتخاذ الوضع السليم. لاتبدأ اللقاء حتى تصدر إليك الإشارة من المصور، ولابد أن يبدأ تشغيل شريط الفيديو قبل إعطاء الإشارة بسبع ثوان، كما تستمر الكاميرا فى العمل مدة عشر ثوان بعد انتهاء اللقاء فكل هذه التفصيلات تساعد فى المونتاج.

أما الإشارة إلى المصور بأن اللقاء قد انتهى.. فهى أن تقول للضيف شكراً جزيلا، ولتبق أنت فى مكانك حيث تلتقط الكاميرا مزيداً من الصور لخدمة المونتاج أيضاً.

ولنفترض أنك فى منزل الضيف، وتريد أن تلتقى به وهو جالس على أريكته. حاول أن تجلس معه على نفس المستوى، وإذا فشلت فى ذلك.. فسيكون الضيف مضطراً كلما أجاب أن ينظر إلى أعلى أو إلى أسفل. وعندئذ تبدو الصورة الملتقطة غير طبيعية وسيئة.

ويمكنك أن تستعمل مقعداً مستقيماً، وتجلس أمام الضيف مع ميل بسيط إلى جانبه أو تجلس معه على الأريكة وجهاً لوجه. ولتجنب اللقطة المزعجة (السرطانية)، يلتقط المصور ذراعاً واحداً من الأريكة وزاوية الكاميرا أعلى من مستوى كتف المندوب. والهدف هو محاولة تصوير اللقاء على نحو يساعد على المونتاج بلا مشقة كبيرة، مهما يكن المكان الذى تجرى فيه المقابلة.

والمقابلة هى خبز أخبار التليفزيون وزبدها، ولسوف تجد أنك تجرى مقابلات فى أماكن متعددة، فى أركان الشوارع، إلى جانب حطام يحترق، فى حى شعبى مزدحم، وفى بيت شديد التواضع .. سيكون عليك أن تتعلم أن تكيف أساليب التصوير الفنية حسب الموقف بالعمل فى تنسيق كامل مع المصور. وفى بعض الأحيان يكون من الضرورى أن تظهر فى المقابلة .. وتفضل بعض محطات التليفزيون المحلية أن يظهر مندوبوها؛ إذ يرون أنهم شخصيات لابد أن تكون مرئية جداً .. ويجب أن تكيف أسلوبك حسب اتجاهات المؤسسة الإخبارية التى تعمل بها.

وأحياناً يتطور خبر على وجه السرعة؛ مما يتطلب أن تتحرك بسرعة بالميكروفون، دون أن تكون لديك فرصة لإعداد اللقطة .. ويستحسن فى مثل هذه الحالة أن تترك للمصور

التقاط المشهد بقدر ما يستطيع. وفى هذه الظروف العاجلة.. فإنه من المفيد ألا تنسى متطلبات الكاميرا، وحاول تجنب حجب الصورة أو تعقيد مهمة المصور. ولا تنس الاعتبارات الفنية المتعددة عند إعداد المسرح لإجراء مقابلة؛ فالخلفية الخاطئة يمكن أن تخلق مشكلات مع الإضاءة أو تسبب تشتيتاً خلال المقابلة. والكاميرا الالكترونية أداة عظيمة التكيف، وهى تحتوى على مرشح يدار لملاءمة ظروف الإضاءة المختلفة. وعندما يمتزج مصدر الضوء حيث يختلط الضوء الطبيعى القادم عبر النافذة مع ضوء الفلورسنت فى المكتب مثلا.. فإن مرشح الكاميرا المكيف لمصدر ضوئى واحد، لا يلائم مصدراً آخر، وفى هذه الحالة تكون الصورة فقيرة فى ألوانها، وعلى المصور أن يقرر على أى مصدر ضوئى منها يعتمد خلال المقابلة.

وتنشأ صعوبات مماثلة إذا كان هناك لمعان فى الخلفية، فالجدران البيضاء المستوية تشوه الضوءوتعكسه، فى حين أن الستائر الثقيلة - التى تمتص كثيراً من الضوء - تظهر الضيف وكأنه يجلس أمام شئ يبدو مثل كهف مظلم، ولابد أن تفهم لماذا يجادل المصور كثيراً فى هذه التفصيلات، وبالتعاون والصبر يتم الوصول إلى الإضاءة الصحيحة.

وفضلاً عن الاهتمام بمسألة الإضاءة.. يجب على المندوب والفنيين بحث الخلفية، فالمكتب الذى تدق فيه التليفونات كثيراً ويتحرك فيه العاملون جيئة وذهاباً قد يبدو طبيعياً، ولكنه فى الوقت نفسه يصرف الاهتمام عن المقابلة ذاتها. إن إجراء مقابلة أو مقدمة خبر عند إحدى النواصى يعبر عن الحركة الحيوية للمدينة، ولكنه يجلب الضوضاء التى تحدثها المركبات المختلفة إلى الميكروفون، ثم إن الكاميرا بطبيعتها تجتذب المارة ولاسيما الأطفال الذين يقفون وراءك يمزحون فى سذاجة خلال أدائك للمقدمة.

ولابد للمندوب والفريق الفنى أن يزنوا هذه الأمور، ويوازنوا بين البحث عن الواقعية، والتلوث الصوتى، وتشتيت الصورة فى موقف معين.

والكاميرا مزودة بعدسة زووم (للتقريب والإبعاد)، ولابد أن تستخدم بحرص شديد، لأن الاستخدام المستمر للزووم يسبب مشكلات فى المونتاج. وعلى أى حال.. فإن البساطة دائماً هى الأفضل؛ فلو أن محدثك غضب أو انفعل أو أثير فيجب استخدام الزووم بعناية لكشف قسمات الوجه بوضوح. فالمشاهد هنا، يريد أن يرى بريق العينين، والعرق وضغط الفك،

والمصور اليقظ سيلتقط علامات الانفعال هذه. وفى بعض الأحيان ربما يريد المصور أن يغير اللقطة (الكادْر) من الوضع المتوسط إلى المكبر أو إلى الزاوية الأوسع .. وشرط ذلك ألا يكون خلال جملة يقولها الضيف؛ مما يحقق تفهماً تسهل به مهمة المونتاج، ولكنى أؤكد مرة أخرى ضرورة ألا يسرف المصور فى ذلك: إن عمل الكاميرا لابد أن يكون محكوماً وهادفاً ومركزاً.

والآن وقد انتهيت من المقابلة فإن عملك لم ينته. لنفترض أنه سيجرى مونتاج للمقابلة، ولنفترض أنك تريد أن تجمع بين جزءين من الإجابة على بعض الأسئلة. كيف ستنقل الصورة من مكان إلى آخر؟ لو أنك جمعت مقطعى الصوت معاً ستحدث قفزة فى الصورة بينهما؛ إذ ستكون الرأس والفم والحركات فى وضع مختلف على جانبى نقطة الوصل، وتكون النتيجة صورة شاذة، قافزة مشتتة. ولتجنب هذه القفزة عليك أن تلتقط صورة أخرى من مكان الحدث لتغطية القفزة ومداراة هذا الاختلاف، وهكذا.. تستمع إلى الصوت، ولكنك ترى للحظات صورة أخرى غير الشخص الذى يتحدث. وهذه لقطة حيوية بالنسبة لخدمة المونتاج، ليس لتغطية النقلة القافزة فقط، وإنما لأنها تستخدم أحياناً فى كسر الرتابة، خلال حديث طويل بالانتقال إلى صورة أخرى. وقد تبنت بعض الشبكات التليفزيونية ـ ولا سيما شبكة سى بى إس CBS ـ أخيراً مذهب ترك نقلة المونتاج كما هى دون معالجة بصورة أخرى؛ بحجة أن ذلك أقرب إلى الأمانة. وفى حين أن نقلة الفيديو القافزة ليست مشتتة بالدرجة التى تحدث فى الأفلام، إلا أن أسلوب اللقطة المعاونة يظل نمطاً عملياً.

واللقطة الأخرى الشائعة فى المقابلات هى صورة المندوب وهو يستمع إلى محدثه. ولما كانت لديك كاميرا واحدة تلتقط وجه محدثك فكيف تستطيع التقاط صورة للمندوب وهو ينصت؟ إن الأمر بسيط، فعقب انتهاء المقابلة، تتحرك الكاميرا إلى الجانب الآخر، وتلتقط لك صورة؛ حيث كنت من قبل، توحى بأنك تستمع إلى محدثك. وهذا موقف تمثيلى آخر ولكنه ضرورى تماماً فى عملية المونتاج. امسك الميكروفون كما كنت تفعل خلال اللقاء وليبدِ الأمر طبيعياً تملؤه الحيوية والانتباه. تجنب هز رأسك إلى أعلى أو إلى أسفل كما لو كنت توافق على ما تسمعه؛ فليس من المفترض أن يوافق المندوب أو يعترض، إن عليه الحصول على الحقائق فقط. فقد يقدم المونتير ـ دون قصد ـ إيماءة موافقة من المندوب على شئ لا يستحق الموافقة

مما يقوله الضيف (وقد يحدث ذلك فى أشد المؤسسات الإخبارية إحترافا). وحتى تتجنب التعرض لمثل هذا الموقف استمع الى محدثك بهدوء وتركيز، بلا إيماءات، خلال اللقطات الأخرى التى تغطى بها قفزة المونتاج.

والآن تأتى واحدة من أكثر الأعمال المسرحية تعقيداً، فإذا كانت رأس الضيف تتجه إلى اليمين فى الكاميرا، فلابد أن تكون لقطة التغطية لك وأنت تستمع فى الاتجاه المضاد، وإلا بدا أنكما تنظران كل فى اتجاه فلا تلتقيان.

والقاعدة هنا هى على عكس موعظة الإنجيل التى تقول «أدر خدك الآخر»؛ فأنت فى حاجة خلال لقطات تغطية القطع إلى التيقن من أن المصور يلتقط خد المندوب كما كان فى المقابلة؛ بمعنى أنه إذا كان خد المندوب الأيسر هو الذى كان فى مواجهة الكاميرا خلال المقابلة، فلابد أن يكون هو أيضاً فى لقطة التغطية.

وإذا استطعت استبقاء الضيف لهذا الغرض بعد المقابلة فسيكون من الأوفق التقاط صورة للمندوب وهو يستمع، عبر كتف الضيف الذى يصمت تماماً. واستكمالاً لنقطة سابقة خاصة بتنظيم المندوب لوقت فريق التصوير، فلابد أن يضع المندوب فى اعتباره لقطات التغطية، وما يلزمها من وقت. وإذا كنت وفريق التصوير تعلمون ما تفعلون ولماذا.. فإن الأمر يتم بسرعة وكفاءة.

ويحدث أحياناً فى بعض المقابلات الأكثر طولاً أن تحتاج إلى استخدام بعض أسئلة المندوب وإجاباتها. ومن المفيد هنا أن تحصل على شريط فيديو بالأسئلة الموجهة. ولكنك هنا تواجه مرة أخرى، مشكلة إظهار وجه المندوب بينما الكاميرا مركزة على وجه الضيف، ويتمثل حل هذه المشكلة فى تسجيل الأسئلة مرة أخرى.

والسؤال المعاد هو نفسه السؤال الذى وجهته خلال المقابلة، وكل ما فى الأمر أنك تسجله مرة ثانية بعد انتهائها. إنك تقوم بأداء دورك فى اللقاء، جالساً أو واقفاً، تماماً كما كنت، متبعاً نفس الأسلوب الذى لجأت إليه فى لقطات التغطية.

ويواجه المندوب الذى يعتزم استخدام الأسئلة المعادة عدة مشكلات؛ إذ عليه أولاً أن يتذكر تماماً أسئلته، وإلا.. فعليه أن يدون نقاطاً بها خلال المقابلة. ويسجل بعض المندوبين اللقاء،

حتى يستطيع أن يعرف أسئلته بالحرف عند إعادتها. وإلا فعليه أن يدير شريط الفيديو فى الكاميرا، ويستخدم السماعات لمعرفة نص الأسئلة.

ومن الممكن تحسين السؤال عند إعادته بدعم تركيبه اللغوى، وحذف ما يمكن أن يعتريه من همهمات. وكن حريصاً ألا تغير طبقة الصوت أو معنى السؤال، وإلا أعطى ذلك انطباعاً بزيف الإجابة التى أعطاها مصدرك من قبل أثناء المقابلة.

والمشكلة الثانية هى معرفة ما تحتاجه من الأسئلة. هل تحتاجها كلها (وهو أمر غير محتمل) أو ماذا تريد منها فى المونتاج النهائى. وعندما تحدد الأسئلة التى تريد إعادتها، يجب أن تتظاهر عند إعادة التسجيل وكأنك تطرحها لأول مرة، حريصاً على حيويتك واهتمامك، حتى وإن كان الضيف لم يعد موجوداً .. ويتطلب ذلك قوة تصور.

وأحياناً يرغب الضيف فى أن يبقى وأنت تعيد تسجيل الأسئلة، فربما تقرر تسجيل الإجابات مرة أخرى. لا تنس أن هدفك الأساسى هو تسجيل الأسئلة، وغالباً ما يستطيع الضيف أن يسجل الإجابات مرة أخرى على نحو أفضل. تذكر أنه يمكن استخدام شريط الفيديو ثانية، ولذا.. فإن استطعت الحصول على إجابات أفضل، فلا بأس من تسجيل الإجابات مرة أخرى. وإذا أدخلت فى سؤالك الجديد معلومات ضرورية ـ حصلت عليها من الإجابات الطويلة خلال المرة الأولى ـ يمكنك اللجوء إلى إعادة التسجيل لضبط الإجابة والتخلص من الحرج.

ولنضرب لذلك مثلاً، خلال مقابلة طويلة مع مدير السجن الرئيسى بالمدينة، فإنك توجه السؤال التالى: ماذا تفعلون لتوفير الرعاية الصحية لأصحاب الجنح للمرة الأولى؟ ويأتى الجواب .. إنها مشكلة. لا أستطيع أن أنكر؛ إذ إنك ترى أن كثيرين من هؤلاء الشبان يأتون بمشكلات، مثل الإصابة بالسل، وأمراض العيون، وإدمان الكحول، وما إلى ذلك من كل مايمكن أن تعرفه أو تفكر فيه. وكما ترى.. فإن السجون مزدحمة بدرجة مائة فى المائة، مما نعجز عن مواجهته.

ناهيك عن مشكلات الأموال اللازمة والأطباء الذين يرعونهم. ولقد حاولنا إقناع دافعى الضرائب فى المدينة وفى الولاية لدفع تكاليف ما نحتاج إليه؛ لأنها الوسيلة الوحيدة الملائمة.

وسأحاول شخصياً أن أضغط بشدة فى مجلس المدينة وفى عاصمة الولاية لجمع الأموال اللازمة لرعاية هؤلاء المسجونين لأننا حينما نودعهم السجن، ولا نرعاهم كما يجب .. فإنهم سيعودون مرة أخرى بكل تأكيد.

إن هذه الإجابة طويلة ومعقدة، إلا أنها تحوى معلومات مهمة جداً تريد أن تضمّنها خبرك. ولما كانت مدة إذاعتك محدودة فستحاول أن تجد سبيلاً لنقل المعلومات المهمة، دون تجاوز لثوانيك الثمينة، ويمثل تسجيل الأسئلة المعدلة مرة أخرى أحد الخيارات. وسيكون سؤالك الجديد: إذا استمرت مشكلة التكدس المضاعفة فى السجن، فما الذى يمكن أن تفعله لتوفير الرعاية الصحية لأصحاب الجنح لأول مرة؟

إن جزءاً مهماً من السؤال قد أدخل فى الإعادة، وعندئذ لك أن تبدأ الإجابة بمقطع الصوت الذى يصب مباشرة فى هذا الجزء، وهو :

- إننا نحاول إقناع دافعى الضرائب فى المدينة ...... حتى .... فإنهم سيعودون مرة أخرى بكل تأكيد . وهكذا احتوى السؤال المعاد على معلومات، تم استقاؤها حديثاً من الإجابة خلال المقابلة .. وهكذا لم يعد ضرورياً إذاعة هذا الجزء ضمن الإجابة.

وتختلف هذه العملية اختلافاً طفيفاً عن الترتيبات التى يتخذها المندوب الصحفى عندما يعيد ترتيب المقتبسات المباشرة أو صياغته لما يقال، بحيث توضح المغزى والمعنى فيما يقصده المتحدث أو مصدر الأخبار. والفارق هو أن مندوب التليفزيون عليه أن ينجز الهدف نفسه ولكن فى حدود الوقت المسموح به، ووفق وسيلته التى تستلزم أن تكون إعادة الترتيب بالوسائل البصرية. وليس هذا فى حقيقته استعراضاً كما يقول النقاد من المدرسة الصحفية. إنها وسيلة ضرورية وسليمة لتجاوز العقبات التى تواجه مندوب التليفزيون. وطالما أن هذه الوسائل لا تحجب معنى الحدث أو تعطى انطباعاً زائفاً عما قاله مصدر الأخبار، فهى مقبولة. ومن المؤكد أنها أكرم من الناحية الصحفية، عما يفعله بعض مندوبى الصحافة الذين يستجمعون التصريحات المباشرة من الذاكرة، ويصوغون ما يقال فى عبارات غير منصفة، ويجمعون صوراً من عدة مصادر، ويؤلفون بينها، ويعيدون بناء الحوارات التى حدثت فى غيابهم، أو يذكرون أسماء ومصادر قد لا يكون لها وجود.

ومهما تكن الوسيلة، فعلى المندوب أن يحرص على ألا يستخدم وسائله ظلماً وعسفاً في إعادة تشكيل الأحداث التي يغطيها. والواقع أن كل الوسائل الصحفية تعيد تشكيل الأحداث على نحو ما، ولا جدوى من الإنكار.

ومن المحتمل كثيراً استخدام الأسئلة التي يعاد تسجيلها، وذلك في المقابلات الطويلة التي تجرى جلوساً. وفي حالة سخونة الخبر وسرعته لا يتسع المجال إلا للقطات المتقطعة، فضلاً عن أن التسجيلات التليفزيونية الصوتية تكون أقصر من أن تحتاج إلى إدخال سؤال. وعلى أية حال.. فأنت تتصرف بصفتك المسئول الميداني، وعليك أن تقرر مدى الحاجة إلى الأسئلة المسجلة مرة أخرى. وإذا رأيت أن هناك حاجة، فعليك أن توفر الوقت الكافي لفريق التصوير لإنجاز اللازم. والمهم هنا أن تبادر إلى التفكير في ضرورات عملية المونتاج، فليس أشد إحباطاً من أن تعود من موقع الحدث وليست لديك الصور اللازمة لإجراء مونتاج جيد.

ولقطات الإستماع ليست هي اللقطات التحويلية الوحيدة الممكنة وإن كانت هي النمطية. وسوف يبحث الصحفي الخلاق عن لقطات أخرى بديلة بعد المقابلة.

هل هناك في الغرفة أطفال يستمعون (ولا يتكلمون)؟

هل هناك صور أو أشياء بسيطة قديمة توضح نقطة أو تلقى الضوء على شخصية؟ هل هناك خواتم في يد الضيف أو أن اليدين معبرتان تتسمان بالحركة؟ هل هناك أشياء في مكان المقابلة لها صلة بالموضوع الذي يتحدث فيه الضيف؟ كل هذه إمكانيات للقطات التحويلية، كما أنها جيدة أيضاً.

وعلى سبيل المثال لنفترض أن الضيفة تتحدث عن زوجها الذي أصيب في حادث. عندما تنتهي المقابلة يمكن أن تأخذ لقطات تحويلية لصورة الزوج الموضوعة فوق المدفئة أو المكتب. وفي المونتاج يمكن أن تضع هذه اللقطة بينما تتحدث الزوجة عن زوجها. وهكذا يرى المشاهد منظر الزوج، ولابد أن تنتبه دائماً إلى اللقطات التي يمكن أن تصور خارج حدود المقابلة نفسها. وهناك صور أخرى تشكل فائدة قصوى عند المونتاج النهائي للخبر. ومن المؤكد أن يقوم المصور الماهر بالتقاطها دون تذكير، ولكن على المندوب ألا يسلم بذلك؛



إذ لابد من لفت الانتباه إلى ما هو مطلوب، ويمكن استخدام معظم هذه اللقطات فى التعليقات العامة، ولهذا يجب توفيرها، حتى لو كنت قد أخذت لقطات أخرى لها أهمية أكبر.

ومن هذه الصور اللقطة المزدوجة التى يظهر فيها المندوب ومحدثه، ويمكن أن تستخدم كلقطة تحويلية أو وصلات انتقالية أو وسيلة لتأسيس المقابلة أو مدخل لها.

وهذه اللقطة تتيح مرونة تفوق لقطة الاستماع التى ذكرناها سابقاً. ويستطيع المصور الفنان أن يلتقط مثل هذه الصورة من عدة زوايا، وأن يأخذ لقطة مفيدة طويلة لموقع المقابلة: مسكن، مكتب، حديقة مع لقطة بانورامية للأشياء المحيطة. وهى لقطة واسعة تظهر المشتركين فى المقابلة والإطار المحيط قبل بدء الحديث. ومثل هذه المناظر تصلح كلقطات تحويلية لتغيير المرئيات خلال المقابلة.

اللقطة المزدوجة فى المونتاج :

نفترض أن الضيف يتحدث، وبدلاً من التحول على لقطة للمندوب وحده وهو ينصت، تريد أن يظهر المندوب مستمعاً مع ظهور ظهر الضيف أيضاً. وهكذا يسمع المشاهد الضيف، ويرى ظهره كما يرى المندوب. وهنا ستحتاج إلى الصورة المزدوجة التى يظهر فيها المندوب صامتاً. ولنفترض أنك تريد أن تغطى أسئلة المندوب تحول إلى صورة الضيف فى إنتظار الإجابة. ففى هذه الحالة ستحتاج إلى صورة عبر كتف المندوب للضيف وهو صامت. واللقطات المزدوجة ليست ضرورية جداً للموضوع. ولكن إذا كنت تنوى إذاعة مقابلة مطولة.. فإن هذه اللقطات ستمثل الفارق بين المستوى المتوسط والأعلى للمونتاج.

اللقطة المزدوجة كمدخل أو تأسيس للمقابلة :

أحياناً تكون المقابلة جزءاً من عمل إخبارى أوسع، وحتى تعد لهذا الجزء فى الإطار الأوسع .. فإنك بحاجة إلى صورة لمسرح المقابلة كمدخل للمقطع الصوتى.

وهنا تستطيع على صورة قاعة المدينة أن تقول أن المفتش العام ينفى الاتهامات الواردة ثم يأتى مقطع بصوته. ويمكن تغطية هذه النقلة بلقطة مزدوجة تظهرك وأنت تلتقى مع

المفتش العام فى مكتبه. وأحياناً قد تشعر بالحاجة إلى وصلة تعليق مختصر خلال المقابلة لإيضاح ما يقوله الضيف أو تقديم خلفية له، وهنا أيضاً تجد أن اللقطة المزدوجة ذات فائدة.

وكما أن اللقطة المزدوجة تؤسس للمقابلة.. فإن اللقطة المنشئة تلتقط المسرح على نحو آخر، فهى واسعة تستوعب المكان من زاوية مشرفة عالية، تنقل المشاهد فوراً إلى المكان؛ إذ تعطيه إحساساً مكانياً، بإظهار موقع الحدث، وخلفيته وأبعاده.

وإذا كنت تغطى المناطق المجاورة.. فيمكنك أن تشق طريقك إلى تل أو سقف، ثم تلتقط صوراً للمنطقة من هذا الارتفاع لإظهار طابعها وأبعادها، أو تمر برفق أمام واجهات البيوت والمخازن لالتقاط شكل المبانى والطرق والأشجار واللافتات وطبيعتها. وفى المقابلة فإنك تحاول أن تظهر فى لقطة واحدة جو المكان؛ حيث تلتقى مع محدثك.. لمبات الكهرباء على المناضد، شكل الأثاث، ورق الحائط، الرسوم والصور الزيتية على الجدران. وليكن زمن كل لقطة ما بين عشر واثنتى عشرة ثانية. وعند المونتاج - بعد الاتفاق على الصور التى ستستخدم - يكون زمن اللقطة عادة ما بين ثانيتين وخمس ثوان. وهكذا تلاحظ أنك فى حاجة إلى تنوع كبير وعدد كبير من اللقطات حتى فى تعليق لثلاثين أو أربعين ثانية فقط.

ولقد عرفت من قبل ضرورة أن يتخذ المندوب قرارات سريعة بالنسبة للتغطية الإخبارية فى موقع الحدث. والمسألة هى أنك تحتاج إلى أن تعرف جيداً، وعلى وجه التحديد ما تعتزم أن تقوله حتى تستطيع التقاط الصور المناسبة وأنت فى الموقع. وإذا لم تكن على يقين من الصورة النهائية للخبر.. فعليك أن تطلب من المصور تسجيل لقطات عديدة. فمن الأفضل أن تكون لديك صور إضافية بدلاً من أن تعود إلى المحطة بحصيلة لا تكفى للمونتاج. ولا تنس أن الفيصل فى نهاية الأمر أن تفى كلمات المقاطع الصوتية إلى جانب الكلمات التى كتبتها مع الصور التى التقطها فريق التصوير بالمعلومات الضرورية لرواية الخبر.

احرص دائماً على التقاط الصور التى تضفى الطابع الإنسانى على الخبر، ولاسيما إذا كان النص الذى تكتبه يعالج أموراً مجردة؛ فإذا كنت تغطى موضوعاً عن منطقة مجاورة.. فإنه مما لاشك فيه أنك ستحتاج إلى إظهار البيوت والمخازن واللافتات والسيارات، ولكن عليك أن تظهر لنا البشر وهم يمشون ويتحدثون، والأطفال وهم يلعبون.

التقط صور الوجوه المختلفة والجماعات، ويجب فيما تلتقطه أن يصور ويوضح ما يجب أن تقوله، إلا أنه من المفيد أن تكون لديك صورعامة، تصلح لأى تعليق غير محدد.

وفى بعض الأحيان تستطيع أن تخلق مادة للتصوير، عندما تطلب من فريق التصوير أن يلتقط لك صوراً وأنت تصعد سلم البيت الذى ستجرى فيه المقابلة حتى تدق جرس الباب. وإذا كانت المقابلة عن موضوع يمكن تصويره، سر مع محدثك والكاميرا تتابعكما أو التقط صوراً لمحدثك وهو يسير وحده فى المنطقة التى لها صلة بالموضوع؛ حيث يوجد مصنع، سلع، مخزن، حديقة. ممر. والأسلوب المؤثر هنا، هو أن تستخدم صوت محدثك على صورته وهو يمشى ويشير إلى الأشياء التى يتحدث عنها. ولا شك أن هذا الأسلوب أفضل تليفزيونياً من إجراء مقابلة وأنتما جلوس.

ولايزال هناك جزء فى الموضوع يتطلب اهتمام المندوب وهو المقدمة، وهى صورة للمندوب أو المندوبة فى مسرح الحدث، وبيده الميكروفون، وهو يتحدث مباشرةإلى المشاهدين. والنقطة الأساسية هنا أن المندوب يُرى بوضوح، ومع أن صوته قد سمع فى المقابلات والتعليقات، إلا أنه هنا يظهر بوجهه كاملاً على الشاشة وهو يتحدث إلى المشاهدين. وهكذا يصبح شخصية بارزة، وتبدو المقدمة وكأنها تصريح بظهور المندوب.

متى تقوم بهذه المقدمة؟

إن القاعدة الصحيحة هى ألا تقحم نفسك فى الموضوع بالمقدمة، إلا إذا كان ذلك ضرورياً. فإذا كانت هناك تغطية طيبة ومقابلات جيدة، دعها تتحدث عن نفسها دون مقدمة. وتؤثر بعض المؤسسات الإخبارية أن ترى مندوبيها فى الأحداث. وليس من العيب إعداد مقدمة مختصرة وتفيد هذه المقدمات، عندما تكون المادة المصورة غير كافية، أو تنتقل بين المُشاهِد وتحتاج إلى رابطة. ومهما يكن الغرض الذى تستخدم فيه المقدمة.. تأكد من اختيار الموقع الذى له صلة بالموضوع، ويفضل أن تكون صورته غنية مؤثرة.

ولا يصح أن تكرر المقدمة ما يقوله المذيع، أو يرد فى المقطع الصوتى أو التعليق. وتجنباً للتكرار لابد أن تعرف يقيناً ما ستضعه فى صلب الخبر قبل إعداد المقدمة.

ولابد أن تعطى المقدمة معنى للموضوع، وتؤدى مهمتها إلى جانب عناصر الخبر الأخرى. فإذا كان الخبر يميل إلى رسم صورة وردية.. فلابد أن تحقق المقدمة التوازن باقتباس مباشر أو دليل من الناحية الأخرى. وإذا كان الخبر يتناول جزءاً بسيطاً من موضوع أكبر، فلتضع الخبر عن طريق المقدمة فى هذا الإطار وتربطه بالموضوع الأكبر. وتستطيع المقدمة أن تتناول الأسئلة التى لم تتلق جواباً بعد أو تشير إلى الأمور التى لم تحسم بعد. ويمكن أن تشمل تقريراً عما سيحدث غداً. ولا يصح إطلاقاً أن تكون المقدمة مبتذلة أو تافهة، بل يجب أن تكون ذات وزن ومغزى، وتضيف معلومات مهمة واعية إلى الموضوع.

وترجع قيمة المقدمة إلى أنها تظهر المندوب رجلاً كان أو سيدة فى مسرح الحدث، وهو أسلوب فعال يحقق المصداقية، ويتقبل المشاهد حقيقة أن المندوبة كانت هناك، لأنه يستطيع أن يراها بعينيه. وتفيد المقدمة أيضاً فى أنها تطلع المشاهد على وجه المندوب ووجوده؛ مما يضفى الطابع الإنسانى ويكشف إلى حد ما طبيعة الشخص الذى جمع معلومات الخبر. ذلك إلى جانب أن المقدمة تعطى حجية منظورة للخبر عن طريق أثر المندوبة، وهى تتحدث إلى المشاهد وجهاً لوجه. وبسبب الأثر القوى لوجود المندوبة يجب أن يكون ما تقوله فى هذه المقدمة واضحاً رفيع المستوى - وبالأخص السطر الأخير فى هذه المقدمة - حتى تترك لدى المشاهد شيئاً يذكر.

وعندما تعدين المقدمة اكتبى ثلاث جمل مختصرة آسرة فعالة، ثم إبدئى : روبن سميث.. أخبار كولومبيا تتحدث إليكم من دار البلدية ... اخفضى الميكروفون إلى منتصف صدرك. لاتقرئى من الورق، احفظى ما تريدين قوله، تحدثى الى الكاميرا كأنها شخص تخاطبينه. وإذا لم تكونى راضية عن التسجيل الأول أعيدى ثانية وثالثة حتى تبلغى مستوى الأداء الذى ترضين عنه. والمحترفون هم الذين يبذلون كل جهد ممكن حتى يظهروا فى أفضل صورة.

تحذير:

لا تكن أحمقاً أمام الكاميرا ولا تستعمل لغة هابطة، حتى لو كنت لا تنوى استخدام هذا التسجيل للإذاعة، وتنوى اعادته .. لا تهزل أمام الكاميرا فقد حدث مرة بسبب عامل السرعة

أن وضع المونتير مثل هذا التسجيل بدلاً من الإعادة وظهر المندوب على الهواء وأدى ذلك إلى طرده من عمله لعدم احترامه أصول المهنة، بالرغم من أنه يمكن أن يحتج بأن الخطأ يرجع فى جوهره إلى المونتير أكثر من المندوب. تصرف دائماً وكأن ما تقوم به يذاع على الهواء مباشرة وليست المسألة أصول مهنة فحسب، ولكنها أيضاً انضباط سلوكى.

ولا تنس أيضاً عندما تفرغ من المقدمة أن تبقى فى مكانك بضع ثوان، حتى يقول المصور «اقطع» فذلك يفيد فى المونتاج، حتى لا ترى وأنت تتصرف فى نهاية المقدمة. ويمكن أن تفيد هذه الثوانى فى تغطية أزمة زمنية خلال التنفيذ؛ بدلاً من ظهور الشاشة سوداء ولو للحظة واحدة.

ويجب أداء المقدمة على نحو هادئ ملئ بالثقة، وعليك أن تتخيل عدسات الكاميرا وكأنها شخص حتى تبدو الجدية والألفة فى حديثك. لا ترفع صوتك حتى لو كنت فى مكان به ضوضاء. لاحظ دائماً أن المشاهد يتابعك فى بيته، وربما جالساً فى هدوء. ولن يريحه أن يصرخ المندوب فيه وهو يرى فيه ضيفاً عليه. وإذا كنت تسجل المقدمة فى مكان به ضوضاء ارفع الميكروفون قريباً من فمك، وتحدث دون انفعال.

وأحياناً تجد نفسك فى مكان تهب فيه الريح؛ مما يؤثر على سلامة أداء الميكروفون ما لم يكن مغطى بالقماش أو بمادة رغوية، وتأكد من أن الفنى قد زودك بالميكروفون المناسب لضمان جودة الصوت.

وإذا حدث أنك سجلت مقدمة ميدانية ثم حدثت تطورات أهم فى الموضوع نفسه .. فعليك إسقاط المقدمة من الحساب، واستبعادها من الخبر لأنها أصبحت فى حاجة إلى تحديث، وعندئذ عليك أن تقوم بهذه المهمة فى الأستديو أمام الكاميرا، حيث تعرض آخر التطورات.

ومن المهم ألا تحبس نفسك فى حدود المادة المصورة. إن المسئولية الأساسية للمندوب هى أن يروى الخبر بدقة، وعلى نحو كامل متوازن يشمل آخر التطورات.

ومن المهم أن تسجل مقدمات مختلفة وأن تعيد كتابة النص؛ لأن الخبر يمكن أن يذاع عدة مرات.

ومن الأمور الحيوية أن تتذكر دائماً موعد إذاعة النشرة التى تشمل موضوعك؛ فحريق الصباح الذى شرد عشر أسر لابد أن يظهر فى نشرة السادسة مساء أو الحادية عشرة.

وعلى فرض أن الموضوع الإخبارى الذى أعددته سيذاع مرة واحدة، فلا تقنع بمادته التى جمعت فى العاشرة صباحاً، مثلاً، لإذاعته فى المساء. ابحث عن آخر التطورات فى برقيات الأخبار. اتصل بالتليفون لتعرف ما يمكن أن يكون قد حدث بعد أن غادرت المكان أنت وفريق التصوير. لا تقنع بالمعلومات التى مضى عليها ساعات. إن أخبار التليفزيون، بصفة خاصة، وسيلة آنية للمعلومات، ومن حق المشاهد أن يعرف آخر ما يحدث.

وإذا لم تستطع الظهور فى الأستديو لاذاعة مقدمة جديدة تلائم التطورات.. فلابد من استبعاد المقدمة القديمة، وتقدم المعلومات الجديدة إلى مذيع النشرة لإذاعتها؛ فالمشاهد يهمه أن يتلقى المعلومات الصحيحة الحديثة أكثر من مجرد رؤيتك على الشاشة.

الفصل الخامس

إعداد الخبر التليفزيونى

يجب على المندوب، بعد جمع معلومات الخبر التليفزيونى وتصويره على شريط الفيديو، أن يخطط «لتعبئته»، أى إعداده للإذاعة وبالمفهوم الصحفى أو بلغة الصحافة، يمكن أن تسمى هذه العملية، بالكتابة ثم التحرير والنشر. وعندما يقوم مندوب التليفزيون بهذه «التعبئة».. فإنه يكتب الكلمات التى تغطى بعض الصور التى يختارها، ثم يختار بعض المقاطع بالصوت من المقابلات والتصريحات، ثم يحدد ترتيب عناصر الخبر المختلفة، وبهذا يكون المندوب فى نفس الوقت محرراً ومعداً ومونتيراً. إن ما يجب عليه أن يفعله لمحطته هو أن يقدم لها خبراً تاماً جاهزاً للإذاعة.

وأنت لا تستطيع أن تحدد شكل التعبئة النهائية للخبر حتى تتلقى تعليمات من رئاستك. فعندما تخرج إلى العمل.. فإنك بحاجة إلى أن تكون على اتصال بمكتب الأخبار فى محطتك. وستجد أن مدير الأخبار والمنتج التنفيذى والمحرر المسئول يحاولون تشكيل النشرة لتلك الليلة. ولابد لهم أن يعرفوا مادة الخبر الذى جمعته، وتقديرك للوقت اللازم لإذاعته؛ حتى يستطيعوا الحكم جيداً على ترتيب الفقرات الإخبارية والزمن اللازم لكل منها. وقد يطلب إلى المندوب أن يبعث تليفونياً فى وقت مبكر بمدخل للخبر، وهو المدخل الذى يقرؤه مذيع النشرة. ويمكن لمكتب الأخبار أن يطلب اليك العودة إلى المحطة؛ للإشراف على إعداد الصورة النهائية للخبر أو إرسال تعليمات مكتوبة للمونتاج.

وعلى أى حال تأكد مما لديك .. وأقول تأكد لأنه فى بعض الأحيان يفشل المصور فى التقاط بعض الصور المطلوبة، كما يمكن أن تحدث أعطال فى الأجهزة. احتفظ ببيان مكتوب

مرتب للمواد المسجلة من لقطات التغطية واللقطات التحويلية والمقابلات والمقدمات، مع تقدير تقريبى لمكان كل منها على شريط الفيديو. وإذا كان لديك أكثر من شريط تأكد أنها مرقمة، وعلى كل منها بيان بالمحتويات. ولابد أن تحدد فى بيانك المقدمة التى تريدها (من بين المقدمات التى سجلتها) وكذلك المقاطع الصوتية التى تريد استخدامها فى الخبر.

وللإشارة إلى المقطع المحدد الذى تريده، حدد قراءته وعلى أى شريط هو، وبيّن اشارة البدء والنهاية فيه، بمعنى أن تحدد الكلمات القليلة الأولى والكلمات القليلة الأخيرة أيضاً .. هكذا:

العمدة. صوت على الشريط

الشريط رقم واحد بعد دقيقتين من بدايته تقريباً

إشارة البدء ، فشل فى تأييد ...

إشارة النهاية ، أن أحكم المدينة.

١٠ أو١٥ ثانية

لاحظ فى نهاية هذه التعليمات أن تحدد زمن المقطع بالتقريب. وتساعد هذه المعلومات المونتير الذى قد يطلب اليه اختصار المدة أو زيادتها. وكلما زادت خبرتك.. استطعت أن تصدر أحكاما تقريبية بالمدة الزمنية للمقطع الصوتى حتى خلال الإدلاء به. وقد تريد أن تستخدم الساعة التوقيفية فى حساب زمن المقطع بدقة.

ولنفرض أن فى ذهنك موضوعاً خبرياً يشتمل على العناصر التالية: مدخل المذيع، تعليق المندوب، صور صامتة، مقطع صوتى، مقدمة بوجه المندوب.

على رأس تعليماتك للمونتاج تكتب عنوان الموضوع على النحو الذى سيأتى فيما بعد. ومن قبل كان هذا العنوان كلمة أو كلمتين على الأكثر. إلا أنه منذ سنوات قليلة، وبعد أن أدخل الكمبيوتر فى مكتب إنتاج الأخبار أصبحت العناوين أطول، ويحتاج نظام الكمبيوتر إلى نظام ثابت للعناوين.

استقالة نائب العمدة	قاعة البلدية	الساعة ١١,٤٥ صباحاً
مسز سميث (اسم المندوبة)		
مدخل المذيع		أعلن العمدة «إكس» اليوم استقالة نائبه «زد» وتعيين محام محلى مكانه، وروبن سميث لديها مزيد فى الموضوع.
١٢ ثانية		
سميث صوت/ فيديو		لم يكن ما أعلنه العمدة مفاجأة فمنذ أشهر وهو مستاء من تصريحات نائبه العامة والخاصة.
بداية الشريط الثانى		
لقطات عامة		
مؤتمر صحفى		
٢٢ ثانية		
صوت العمدة		اشارة البدء: فشل «زد» فى تأييد
شريط رقم واحد		اشارة النهاية : أحكم هذه المدينة
بعد دقيقتين من البداية		
١٥ ثانية		
صوت سميث		اشارة البدء : تعيين العمدة لـ
المندوبة خذ رقم أربعة		اشارة النهاية : أخبار كولومبيا
وسط الشريط رقم ٢		
٢٠ ثانية		

المدة بمدخل المذيع ١,٠٩ دقيقة

لاحظ أنك تدون دليل الصور على الجانب الأيسر مع بذل عناية خاصة بالصور المتاحة لتعليقك عليها. أما الجانب الأيمن فتكتب فيه الكلمات التى ستذاع. وهذا هو الشكل المعتاد (الفورمة) لصفحة الخبر فى التليفزيون. تعليمات الصورة إلى اليسار والنص المقروء إلى اليمين(*).

★ ينطبق هذا بطبيعة الحال على النصوص باللغات اللاتينية، أما فى العربية حيث القراءة من اليمين إلى اليسار فيعكس الوضع (المراجع).

ولنفترض أنك لم تستطع العودة إلى المحطة فى الوقت المناسب لمونتاج الخبر وتسجيل تعليقك بسبب تطورات الخبر فى آخر لحظة، عليك أن تسجل التعليق فى مكانك. سجله على شريط الفيديو تماماً كما تفعل بالنسبة للمقدمة، ونبه فى تعليماتك الخاصة بالمونتاج أن التعليق مسجل على الشريط. وفى هذه الحالة سيقوم المونتير بإضافة الصور الخاصة بالتعليق. ولو استطعت إنجاز المهمة كاملة فى مكانك حسب المعتاد، فإن ذلك سيسعد المونتير ومدير الإنتاج لتكامل عناصر العمل، وإتمامه فى وقت مبكر؛ مما يخفف الضغط على المونتيرين والأجهزة مع اقتراب موعد الإذاعة.

ولاشك أن الانضباط الهادف يحتاج إلي وقت لاكتسابه. وعلى مستوى شبكات التليفزيون.. يُنتظر من معظم المندوبين أن يبلغوا الأخبار ويكتبوها ويعدوها على نحو سريع وفعال، وإن تكن هذه الشبكات تميل أيضاً إلى ترك كثير من تفصيلات المونتاج للمسئولين فى المحطات.

والشئ النادر فى عملية الأخبار فى التليفزيون هو الوقت الذى تستهلكه فى تركيب الخبر. فلا تنس أن ما تكتبه وتلتقطه من صور وتجمعه من معلومات سيذاع فى مساء اليوم نفسه، ولهذا.. فإن ضغط وقت الإذاعة مستمر وقوى، وقد تكون لديك رغبة ملحة فى مزيد من الوقت لإعادة فحص شريط الفيديو، وللنظر فى أفضل الوسائل الفنية لتصميم الخبر، ولكن هذا ترف لا يتاح إلا نادراً فى التغطية اليومية لأخبار التليفزيون.

ومن الواضح فى الخبر السابق الذى شرحناه أنه سريع الإيقاع مما يضفى عليه أهمية. فكل عنصر فيه مختصر ٢٢ ثانية، ١٥ ثانية، وعشرين ثانية. وخبر كهذا فيه تتابع سريع؛ فهو لا يعتمد على عنصر بصرى أو سمعى واحد، كما أن العناوين تعتمد على الإثارة والمفاجأة. ولكنه لا يقدم إلا القليل فى مجال الشرح والعمق.

ومن المهم عند «تعبئة» الخبر التليفزيونى - أى إعداده للإذاعة - أن تحقق التوازن بين متطلبات الصحافة الجيدة. والحاجات السريعة للوسيلة التليفزيونية. ولكل هيئة تليفزيونية أسلوبها. والبعض يحبون الأخبار التى لا يزيد طولها على تسعين ثانية، ويضيقون إذا زاد أحدها عن ذلك. وهذه هى محطات العمل الإخبارى السريع الإيقاع، الصحيفة المختصرة

على الهواء، أو قل الصحافة التليفزيونية التى تلتقط أهم ما فى الموضوع بسرعة خاطفة. وهناك محطات بالإيقاع الأبطأ، ولا سيما لو كانت لديها فترات إخبارية مدتها ساعتان، تريد أن تغطيها، وأن بعض الأخبار تستحق وقتاً أطول. ومن ثم يجب أن تكيف عملك حسب نظام المحطة التى تعمل فيها.

وسوف تسمع هنا كثيراً عن سرعة الإيقاع فى التليفزيون، وهو عامل لا تستطيع أن تغفله. إن هذه الوسيلة لها مقوماتها الذاتية، من حيث الوقت، والمزاج والحركة، وإذا فشلت فى فهم ذلك.. فإنك تخاطر بتقديم أخبار مملة لا حياة فيها. وصحيح أن هناك استثناءات فى هذه المقومات، ففى بعض الأحيان يكون مقطع الصوت مثيراً جداً ورائعاً، إلى درجة أن يتاح له وقت أطول من المعتاد. والواقع أن هذا هو ما يجب. ويسمح للأحداث المهمة مثل جنازة رئيس، والخطب ذات الأهمية الخاصة، بوقت أطول، وذلك لما تنطوى عليه من إثارة وأهمية. ولكننا هنا نساير المطالب المعتادة فى الهيئات الإخبارية التجارية. وهذه الأفكار ليست تعسفية أو تافهة، ولكنها وليدة الخبرة بالوسيلة والاختبار المستمر لحدودها وإمكاناتها.

كم يجب أن يكون طول المقطع بالصوت؟ كلما كان أقصر فهو أفضل، والمتحدث الجيد هو الذى يصيب الجوهر فى عشر أو اثنتى عشرة ثانية فى قوة وبلاغة. وكلما زاد تعاملك مع الفيديو.. أدركت أن معظم الناس يستخدمون الكلمات التى تبلبل الأفكار، وأن أهم ما فى الحديث ومضمونه يمكن اختزاله. وعندما تأخذ فى تعبئة الخبر وإعداده، يجب أن تبحث فى المادة التى تجمعت لديك، وتصل إلى لحظة الصدق قبل أن تتوقف، والقرار الصعب هو أن تعرف متى تتوقف. إن ما تبحث عنه فى المقطع الصوتى هو التأثير والعمق وليس الطول.

ولا يجوز لأى عنصر فى الخبر أن يتجاوز حدوده؛ فالتعليق يجب أن يكون ما بين عشرين وثلاثين ثانية معتمداً على عدد اللقطات التى اختيرت وقوتها، ويمكن خلق الإيقاع السريع بأن تكون مدة اللقطة ما بين ثانيتين وثلاث مما يعطى تأثير المصباح السحرى. ومهما تكن حيوية الصور.. عليك أن تتجنب الإطالة الشديدة فى حديثك إلى مشاهديك، وليتخلل المقاطع الصوتية تعليقك. وليس ذلك فحسب، بل إن الواجب يحتم عليك أن تستخدم المقاطع الصوتية فى رواية الخبر، وليس فقط لمجرد تأكيد ما تقول .

وعلى سبيل المثال.. ففى خبر معين يمكن أن تكتب تعليقاً لمدة عشرين ثانية، ثم تنتقل إلى مقطع صوتى مدته خمس عشرة ثانية، ثم تعليق لعشر ثوان تعقبه ثلاثة مقاطع صوتية، اثنتى عشرة ثانية ثم عشراً ثم خمس عشرة فى تتابع سريع، ويمكن أن تلفها جميعاً فى مقدمة لاثنتى عشرة ثانية. إن كل انتقال من فقرة إلى أخرى يعطى إحساساً بالحركة، والفعل والتلاحق، وهنا يلعب المونتاج دوره المؤثر. ولابد من العناية والحرص فى اختيار الفقرات؛ بحيث تعطى معنى منطقياً معقولاً فى ترابطها.

ومن هنا.. يتضح أن التليفزيون يحرص على أن تكون الكتابة متماسكة مشرقة وفى الصميم. وسيكون لزاماً عليك أن تتعلم كيف تقول كثيراً فى كلمات قليلة، وأن تختار ما تقول دون أن تخطئ الهدف، وسيأتى فصل نتحدث فيه عن الكتابة للتليفزيون.. إلا أننا يمكن أن نقول هنا إن فن الكتابة للتليفزيون، نوع من الاتصال يتميز بالمهارة العالية والإحكام. والصور فى يد الكاتب الموهوب البارع تولد معان وإيحاءات ذات قوة هائلة.

وأنت حين تعد الخبر التليفزيونى.. إنما تمارس اختياراً خلاقاً، يبرز ذكاءك وفهمك للموضوع؛ إذ عليك أن تبادر إلى تحديد ما يمكن استبعاده؛ لأنه لا يمت للموضوع بصلة قوية، كما تحدد التفاصيل التى لا تصل إلى قلب الموضوع. وفى بعض الأحيان.. تكون لديك - على شريط الفيديو - مواد من النوع الخفيف ذى الدعابة الرخيصة، وقد يستهويك استخدامها لمجرد أنها موجودة، فلا تستسلم.. قاوم.

إن لديك خبراً عليك إبلاغه ونقله للمشاهدين بحيوية والتزام صحفى. لا تنجرف وراء إغراءات إدخال قطعة مفعمة بالإثارة. ضع الأولوية والالتزام الصحفى فى المرتبة الأولى فوق الإثارة والمداعبة.

وعندما تقوم بأداء مقدمة ميدانية فسيكون مستوى صوتك مختلفاً عما هو فى الأستديو، لأن الصوت الخارجى ستدخل فيه ضوضاء الطريق وأصوات أخرى، فى حين أن صوتك فى الأستديو سيكون نقياً. فكلما أمكن تجنب أن تجمع فى خبر واحد بين صوتك فى الخارج وصوتك فى الأستديو؛ لأن الانتقال هنا يحدث تشتيتاً للانتباه. ومن بين وسائل التغلب على

هذه المشكلة أن تكتب الخبر وتسجله فى نفس المكان الخارجى كما تؤدى المقدمة. وهنا ستظهر المقدمة بصورتك، أما سائر الخبر.. فهو مجرد تسجيل صوتى سيستخدم كتعليق على الصور التى يعدها المونتير.

وهذا الأسلوب معروف فى عالم السينما؛ حيث يسجل الصوت فى شريط والصورة على شريط آخر.. بكرة « أ » وبكرة « ب »، ويوفر ذلك وسيلة خلاقة فى تعبئة الخبر. وهى وإن كانت تتم فى السينما على شريطين منفصلين، إلا أنها بالنسبة للتليفزيون تتم على شريط فيديو واحد.

ولكن الهدف واحد، وعلى سبيل المثال.. نفترض أن لديك مقاطع صوتية جيدة من مقابلة، ولكن المتحدث ليس جذاباً جداً. فى هذه الحالة يتم تصوير المتحدث لعدة ثوان حتى يعرف المشاهدون من هو، ثم تلغى صورته ويستمر الصوت الذى يمكن أن توضع عليه صور ومناظر لما يتحدث عنه. ومثل هذا الأسلوب الفنى يرتفع بمستوى الإيقاع؛ لأنه يحقق تنوعاً سريعاً فى الصورة، ويدعم ذلك الفكرة الأساسية القائلة بأن إظهار الشئ فى التليفزيون أفضل من مجرد الحديث عنه.

وبعبارة أخرى.. إذا استطعت أن تصور ما يقوله المتحدث فافعل ذلك، حتى لو اقتصر الأمر على إعطاء الإحساس بالمكان أو الحالة. إن الشخص الذى تجرى معه المقابلة يتحدث، وبينما يسمع المشاهد صوته يراه يمشى فى الحديقة، أو يصعد درج سلم، أو يزاول أى نشاط آخر، ويوضح ذلك مكان إقامته وما يفعله، وهكذا.. تثرى الصور الكلمات.

وليس من المحتمل أن تستدعى كمندوب فى مؤسسة إخبارية؛ للقيام بعمل المونتاج بنفسك. والمألوف أنك تقوم بإنتاج الخبر ثم تجميعه بمساعدة المونتير؛ فإذا أنعم عليك بمونتير مبدع.. فأطلق يده بعض الشئ فى تصميم تعبئة الخبر تحت توجيهك وإشرافك. فليس من المنتظر بالنسبة لك كمندوب أن تكون بارعاً فى فن تتابع الصور كالمونتير الموهوب. ومع ذلك.. فإنه من المفيد أن تكون ملماً بالبدائل المختلفة لتصميم الخبر، وأن تتقبل الاقتراحات التى من شأنها تحسين أفكارك الأساسية فى هذا الشأن. وتستطيع أن تتعلم كثيراً من مجرد متابعة أخبار التليفزيون بعين ناقدة، تفحص كيفية تجميع الخبر والتمييز بين الجيد وغيره.

وعلى سبيل المثال.. نفترض أنك تريد أن تستخدم عدداً من المقاطع الصوتية في الخبر. وجهة نظر وأخرى مضادة بين متحدث وآخر. افترض أن لديك في الخبر ـ الذي أشرنا إليه من قبل ـ مقطعاً صوتياً مما قاله العمدة، وآخر مما قاله نائبه المستقيل، وثالثاً مما قاله النائب الجديد، وتريد أن تستخدمها جميعها في خبرك. والمؤكد ـ حسب طبيعة الخبر ـ أن هذا التصرف هو الأفضل؛ إذ يؤدى إلى إعطاء النائب المستقيل فرصة للدفاع عن نفسه، وإعطاء فرصة لخليفته لإيضاح كيف يمكن أن يؤدى ذلك إلى تغيير الأوضاع.

وإذا كان وقت الإذاعة محدوداً.. فإنك تستطيع أن توفر ثوان غالية بتجنب تقديم كل منهم على حدة. انتقل من العمدة إلى نائبه المستقيل إلى النائب الجديد، واضعاً كل مقطع إلى جانب الأخر دون أى فاصل، واستخدم بدلاً من التقديم أسماء كل منهم ووظيفته بإظهارها إلكترونياً أسفل الصورة، ويتم ذلك من غرفة المراقبة، في أثناء إذاعة الخبر. وإذا أردت استخدام هذه الوسيلة.. اكتب اسم كل منهم على هامش النص المكتوب، محدداً متى يظهر. والانتقال من مقطع صوتى إلى آخر، أسلوب ممتاز لتطبيق مبدأ الإيقاع السريع، دون أن يضيع معنى الخبر.

وربما يكون لديك خبر ينطوى على عمل مذهل أو انفعال عميق، وقد تختار حينئذ أن تبدأ الخبر من ذروته الفعالة بالصوت على مستواه الطبيعى، دون خفض. ويمكن للصوت الطبيعى أن يكون افتتاحاً درامياً للخبر، ينقل المشاهد مباشرة إلى لب الموضوع، قبل أن يوضح المندوب ماهية الخبر. وبعد الصوت الطبيعى.. يأتى صوت المندوب، ولكنه في هذه المرة ليس على صور صامتة، وإنما على صوت طبيعى في الخلفية، ينخفض شيئاً ما عن صوت المنـــدوب.

وعلى سبيل المثال.. نفترض أنك غطيت مظاهرة حية (بصوتها الطبيعى)، وقد تخللت المسيرة أناشيد أو صلوات، تكشف بوضوح مزاج الحدث والحالة النفسية للمشاركين فيه، وتبلوره. فبدلاً من أن تبدأ الحدث، بتعليقك على الصورة، حيث تشرح ما يجرى، ابدأ بعدة ثوان لما يجرى بالصوت الطبيعى، وهى لحظات قليلة تبلور العنصر الدرامى في الحدث.

ثم تتوالى الصورة بالتعليق مع خفض الصوت الطبيعى، لشرح ما يحدث.

وبهذا الأسلوب الفنى تدع ما يجرى يتحدث عن نفسه دون تدخل، وقد نقلت المشاهد مباشرة إلى قلب الحدث، قبل أن تبدأ فى تقريرك عنه.

ومفتاح الإعداد والتجميع الجيد للخبر هو أن تكون يقظاً للإمكانات المرئية والدرامية للخبر التليفزيونى، تماماً كما يحدث فى البحث عن بداية إخبارية مثيرة فى الخبر الصحفى المقروء.

ولكن حذار أن تنقلب الآية فيغلبك الإغراء الدرامى ليطغى على الأداء الصحفى. استخدم المادة الدرامية فقط عندما تكون لصيقة بالحدث.

الفصل السادس

الخبر المقروء

الخبر المقروء أو الإذاعى هو الذى لا تصاحبه صورة. وقليلة محطات التليفزيون تلك التى تملك ما يكفى من الكاميرات لتغطية كل خبر. وليس كل خبر يحتاج إلى صورة، ولهذا.. فإنه من المتوقع أن يقوم المندوب أحياناً بتغطية خبر دون مصورين، فيكتب نص الخبر. وفى بعض الأحيان يسجل مقدمته بنفسه على شريط الفيديو، ومن المحتمل جداً أن يقوم بقراءة النص من الأستديو.

وإذا رأيت نفسك كاتباً فى المقام الأول، وتتذمر أحياناً - ولو سراً - من أن متطلبات الفيديو تطغى على الخبر التليفزيونى، فقد ترحب بفرصة الخبر الإذاعى، وفى هذا تحد لقدراتك فى الكتابة، وفرصة لإظهار مواهبك.

ويبدو الخبر الإذاعى بسيطاً وسهلاً، ولكنه ليس كذلك؛ إذ إنه يركز فيما بين خمس وأربعين ثانية إلى دقيقة واحدة، فى حين أن الخبر المصور يمكن أن يستغرق دقيقتين أو دقيقتين ونصف. وتتوفر للخبر المصور جاذبية المقاطع الصوتية المباشرة، وحيوية الصورة ومتعتها وإثارتها.. ويعتمد الخبر الإذاعى كلية على قدرة المندوب على الكتابة المركزة الخصبة الواضحة، وأن ينقل الخبر اعتماداً على مصداقيته الشخصية وأدائه على الهواء.

وبحكم اختصار الخبر الإذاعى.. فلابد أن تكون لكل سطر فيه أهمية، ولابد من تقييم المعلومات الضرورية حتى يتسنى للمشاهد أن يفهم الموضوع، ومن هنا.. فلابد من تخليص الخبر من أى استطراد أو إضافة لا تنتمى إليه. والخبر الإذاعى لا يحتمل سوء الترتيب، ولابد

أن تكون كتابته جوهرية دقيقة تتمتع بالتلوين اللازم، وإذا كتبت أو تحدثت على نحو بليد جامد منهك.. فستفقد مشاهديك.

اجعل الخبر بسيطاً، تجنب الدخول فى تفاصيل كثيرة. ركز على أبرز ما فى الموضوع، ودعّم الخط الأساسى للخبر.

وتجدى الروح المرحة إذا كانت تتمشى مع الخبر، فسطر إخبارى مرح يصاحبه وميض فى عين المذيع، يمكن أن يكون عظيم التأثير.

احرص أن تكون عباراتك قصيرة نافذة فستكون أسهل فى القراءة والأداء على الهواء. ويجب أن تضع علامات واضحة عند بداية كل جملة؛ حتى لا تفقد التتابع وأنت تقرأ. اقرأ النص قبل الإذاعة، وإذا تعثرت فى أداء عبارة فغيّرها، فبعض الكلمات جميلة فى رسمها على الورق، ولكنها لا تصلح للإذاعة. والخبر الإذاعى محك دائم لهذا المبدأ.

لا تتردد فى استخدام مقطع مباشر إذا اتسم بالقصر والتلوين.. فإن ذلك يضفى حيوية على تقريرك. وإذا لم تكن لديك صورة فيديو لصاحب المقطع.. فإنك تستطيع استخدام كلماته؛ لإضفاء الطابع الإنسانى على الخبر. ويمكنك استخدام نص المقطع المباشر أو صياغته بعبارات من عندك.

وعند استخدام المقاطع المباشرة فى الإذاعة.. لابد أن تتذكر أن المشاهد لا يرى حدود المقطع الموضحة عندك فى النص المكتوب، وعليك أن تجد طريقة يعرف بها المستمع أنك تقتبس اقتباساً مباشراً، وتحدد له بوضوح متى يبدأ هذا الاقتباس ومتى ينتهى.

ويستخدم بعض الناس كلمة «مقتبس» أو «غير مقتبس» ولكن هذه طريقة فجة، وليست سلِسَة أو طبيعية تماماً لحل المشكلة. وإليك بعض الكلمات التى تستطيع استخدامها عندما تتعرض لاقتباسات مباشرة:

وعلى حد قوله

وكما عبر عنها

قال بالحرف الواحد

قال، ونحن نستشهد به

وكما قال

لقد عبر عنها هكذا،

وفضلاً عن ذلك.. فإن ارتفاع نبرة الصوت وانخفاضها يمكن أن يوحى إلى المشاهد بالاقتباس، ومن أفضل وسائل التغلب على الارتباك تجنب المقتطفات المباشرة الطويلة. وإذا كان حتماً عليك أن تستخدمها فقسمها إلى جمل، تربط بينها كلمات انتقالية، مثل :

اختتم حديثه قائلاً :

وقد أضاف هذا التعليق

ومضى يقول

ويواصل حديثه

واستطرد يقول

وثمة طريقة مؤثرة لختام الخبر الإذاعى، وذلك باستخدام مقطع مقتبس فى صميم الموضوع. وعلى سبيل المثال فإنك تعرض الخبر، من هـذا الجانب وذاك، ثم تختتمـه هكـذا «و قد أوجز السيناتور ماركام الموقف فى هذه الكلمات»: ليس المهم أى طريق نسلك ولكننا فى ورطة».

إن سطرك الأول والأخير فى الخبر الإذاعى فى غاية الأهمية. لابد أن تكون العبارة التى تفتتح بها الخبر مؤثرة وحيوية. ويجب أن تحفظها ما أمكن ذلك، حتى إذا ومض الضوء الأحمر فى الكاميرا تكون رأسك معتدلة. وعيناك منتبهتان، ومستعد للإرسال والاتصال بالمشاهدين، فتنساب كلماتك سهلة مباشرة، قبل أن تضطر إلى النظر فى النص المكتوب أمامك لالتقاط العبارة التالية.

وينبغى أن تهيئ العبارة الأولى الجو لما سيأتى، أو تعطى فكرة عن أهمية المعلومات التى جمعتها. ويجب أن تمثل زاوية إخبارية، تشد المشاهد وتقبض على ناصية اهتمامه. لابد أن تغرى المشاهد بالبقاء معك، وإلا فإنه قد يفضل الذهاب إلى المطبخ لإحضار مشروب. لقد

اعتاد مشاهدة الصور المتحركة، إلا أن الصورة الوحيدة على الشاشة الآن هى صورتك وأنت جالس. فإذا افتقر تقريرك الإذاعى إلى القيمة الذاتية، وكانت كتابتك وأداؤك متهالكاً بطيئاً.. فلا تنتظر أن يبقى المشاهد أمامك.

وقد تشعر بشئ من الخوف كمندوب من احتمال أن تكتب خبراً وتؤديه حياً على الهواء. فلا تقلق؛ فالتوتر المسرحى شكوى عامة بين مندوبى التليفزيون، مثلهم فى ذلك مثل غيرهم ممن يؤدون أداء علنياً. والتهيئة الذهنية المناسبة هى إحدى وسائل التغلب على التوتر العصبى. حاول أن تتخيل أن الضوء الأحمر على الكاميرا فى الأستديو هو صديقك المفضل.. اكتب الخبر وأده، انقله إلى هذا الشخص الذى تتصور أنه يجلس على الجانب الآخر من الكاميرا؛ فذلك يساعدك فى الأداء على الهواء، كما أنه يساعدك على تجنب الغطرسة والإبهام فى الكتابة. اعرض الخبر بطريقة مباشرة. وعندما تنظر فى الكاميرا، فلتعتقد أنها ليست كاميرا على الإطلاق، كما أنها ليست شيئاً ميتاً كحجر أو بناء وإنما هى كائن حى؛ لأنك إذا نظرت إليها، ولم تجد سوى كاميرا ميتة.. فسوف تشخص عيناك فى جمود زجاجى، مما يقيم حاجزاً بينك وبين المشاهد. فإذا استطعت أن تتصور الكاميرا مشاهداً حياً فسوف تستطيع أن تتحدث إليه بدلاً من أن تتحدث عنده، وسوف تجد النغمة الصحيحة للوصول إليه.

وحتى تعين نفسك على أن تكون هادئاً مستريحاً أمام الكاميرا، حاول - كلما كان ذلك ميسوراً - أن تؤدى الخبر قبل إذاعته.. وكم يكون رائعاً أن تجد ركناً حيث تؤديه بصوت مرتفع. ومرآة الحمام مكان مناسب لذلك، حتى لو كان هذا الحمام مكاناً عاماً فى محطة التليفزيون. وقد لاتجد إلا مكتبك فى غرفة الأخبار لأداء هذه البروفة فلا تشعر بالحرج. وستجد - كلما اقترب موعد الإذاعة على الهواء فى معظم محطات التليفزيون - أن هناك أعداداً من المندوبين يجلسون إلى مكاتبهم يغمغمون وهم يؤدون هذه البروفات. وستكون مشغولاً حتى أنك لاتلاحظ ما يفعله زملاؤك، وسيكونون هم كذلك لا يهمهم ما تفعل.

ضع خطاً تحت الكلمات التى تريد أن تؤكدها خلال الإذاعة. ضع فصلة كبيرة حيث تريد أن تتوقف لالتقاط أنفاسك. ضع علامة النطق عند الكلمات التى تخشى أن ينزلق فيها لسانك عند القراءة. تأكد أن النص المكتوب أمامك نظيف وقابل للقراءة، وإذا كان الأمر غير ذلك

أعد كتابته. وفكر فربما تحب أن تكون الكتابة بأحرف كبيرة حتى تسهل قراءتها. ضع فى حسبانك أن تؤدى أجزاء طويلة من الخبر، وأنت تنظر إلى الكاميرا دون الإسكريبت. انظر فى الورقة، استوعب الجملة التالية أو عبارة قصيرة وألقها دون نظر إلى الورق.

وفى معظم المحطات.. يستخدم المذيع جهاز تلقين عن بعد، وقد لا يسمح الوقت بوضع خبرك على هذا الجهاز، ولا سيما فى حالة الأخبار التى تأتى متأخرة، ومع ذلك فإذا أمكن تدبير الأمر.. فإنه من الحكمة أن توضع على جهاز التلقين الذى يعينك كثيراً على القراءة بشكل طبيعى، وأنت تنظر إلى الكاميرا بدلاً من الورقة بين يديك.

ومع ذلك فعندما تستخدم هذا الجهاز، تجنب الظهور وكأنك تقرأ فى الكاميرا.. احفظ عينيك ورأسك من التأرجح إلى الأمام وإلى الوراء، وأنت تطالع الخبر فى الجهاز. حرك جفنيك من آن لآخر، وتجنب أن تحملق. حاول أن تؤدى وكأنك لا تقرأ وإنما ترتجل؛ فالهدف هو أن تبدو طبيعياً وليس متجمداً. والملقن أداة رائعة إذا أحسن استخدامها وإذا أتيحت لمندوب.. فإنه يستطيع بفضلها أن يعظم قدرته على الاتصال بفاعلية. وألستير كوكAlistair Cooke مضيف حلقات روائع المسرح، فى محطة الإذاعة العامة P B S ، من أمهر من يستخدمون هذا الجهاز.

وعندما تعود إلى الأستديو لإذاعة الخبر.. اتصل بالمخرج ومذيع النشرة، حتى تتأكد من أن مقدمة الخبر المكتوبة عنده لا تتعارض أو تتكرر مع ما ستقول. واحرص على أن تستبقى بعض المعلومات المهمة للمتابعة خلال نقاشك مع المذيع، إذا كانت هذه المتابعة من الأمور المتفق عليها. ويمكن أن يبرز الحوار بين المذيع والمندوب على الهواء أهمية الخبر، كما أنه يعطى المندوب فرصة لإيضاح خلفية الخبر بمزيد من التفصيلات.

الفصل السابع

التغطية على الهواء

يتميز التليفزيون بالقدرة على أن ينقل الينا الحدث ساعة وقوعه. فعند تنصيب رئيس، وعندما تعقد لجنة تحقيق برلمانية جلسات استماعها، وعندما تقام مباراة لكرة القدم، نستطيع - ونحن جلوس فى بيوتنا - أن نتابع هذه الأحداث وهى تمضى مباشرة أمام أعيننا. إن وسائل جمع الأخبار إليكترونياً E N G قد جعلت ذلك ممكناً. إن الإرسال الإذاعى هو الوسيلة الآنية، ويعطى هذا الإحساس بالفورية، قوة وجاذبية لها فى مجتمع يستمتع بمتابعة الأحداث وآخر ماوصلت إليه الأمور، فضلاً عن الإحساس المتعاظم بالمشاركة الذى يحققه التقرير الحى للمشاهد، وللفورية قيمتها الصحفية. وعندما يحدث شئ ذو أهمية مثل محاولة اغتيال رئيس.. فمن المفيد بالنسبة للمواطنين أن يتلقوا هذه المعلومات على جناح السرعة؛ لأن مستقبل حكومتهم يتوقف على نتيجة هذا الحدث.

ومشكلة التكنولوجيا الفورية للتليفزيون أنها غالباً ما تنقل الصور قبل تحرى المعلومات المؤكدة لصحتها حرصاً على الدقة، وقبل توفير مادة عن الأسباب والدوافع، وهو ما يعرف بخلفية الحدث. فنحن نرى شيئاً، ولكن ليس من الضرورى أن نفهم أو نعرف ماهيته. والصور التى لا تصاحبها معلومات كافية، قد تكون مضللة.

فى مارس عام ١٩٨١ ، عندما أطلق چون هنكلى الصغير John Hinckley Jr. النار على الرئيس رونالد ريجان، التقطت كاميرات الفيديو المشهد، إلا أن الصور وحدها لم تفلح فى كشف أن ريجان قد أصيب. وأفادت التقارير الأولية أن الرئيس قد نجا دون أن يمس، والواقع أن رونالد ريجان نفسه لم يدرك أنه أصيب. وعرضت شبكات التليفزيون الصور المفزعة

لمشهد إطلاق الرصاص مرات ومرات، إلا أن تفسير ذلك ومعناه ظل غامضاً حتى التقطت التقارير الأساسية والتحريات من المستشفى.

وقد أذيعت على الفور التقارير الأولية، التى أفادت بمصرع جيمس برادى James Brady السكرتير الصحفى لريجان، ثم صححت بعد ذلك؛ إذ اتضح أنها لم تكن دقيقة. إن إذاعة حدث مفاجئ على الهواء يمكن أن يكون كابوساً صحفياً.

ويرغم المخاطر الواضحة.. فإن محطات التليفزيون تلجأ الآن بشكل منتظم إلى التقارير الإخبارية الحية. وقد استثمرت محطات كثيرة ملايين الدولارات فى شراء كاميرات «الميدى كام» وتجهيزاتها من وحدات الفيديو المحمولة، بحيث تستطيع أن ترسل ما تلتقطه مباشرة إلى المحطة. وهذه المعجزة الفنية الحديثة ذات فائدة هائلة، عندما يكون هناك حدث يستحق النقل على الهواء، إلا أن مثل هذه الأحداث غير العادية لا تقع كل يوم. وتتطلب معظم الأحداث ذات القيمة الإخبارية صبراً فى التحرى، وتقييماً حريصاً للشواهد، وترتيباً منطقياً للمادة، وخلاصة القول إنها تحتاج إلى وقت للتفكير.

وهذا هو مالا يسمح به النقل التليفزيونى على الهواء، فالمندوب يبث ما عنده فوراً؛ فهو لايستطيع أن يحذف المواد غير المهمة، كما أنه ليست لديه فرصة لإعادة تشكيل المادة على نحو أفضل وتتابع منطقى. وهو عندما يرتجل قد يختار اللفظ الخاطئ، ويخطئ فى تقرير بعض الأمور، ويغفل معلومات مهمة، وقد يفلت نقل موضوع حى على الهواء بسهولة من سيطرة المندوب، الذى لا يتمتع بمزايا المونتاج.

وهناك مدرستان فكريتان فى تقدير مزايا بث المادة لجمهور المشاهدين مباشرة على الهواء دون مونتاج. وحجة البعض أن هذا الأسلوب يتيح للمشاهد رؤية ما يجرى كما هو، دون أن تغيره تدخلات المندوب. فما يحدث، يحدث حيث يقتصر دور المندوب على جمع المادة. ويراها المشاهد بكراً كما تحدث، وهكذا.. يتخلص من عمليات التنقية التى تدخل فيها وجهة نظر المندوب، والتى تحكم عملية تصنيع وتعبئة المادة الخام للخبر.

ويرى المخالفون لهذا الاتجاه أن هذا الأسلوب فى التغطية الإخبارية، يعد تنازلاً عن المسئولية الصحفية فى إعطاء الأحداث شكلاً ومعنى. وعلى سبيل المثال.. فإن إذاعة مقابلة حية على الهواء مباشرة تعطى المتحدث فرصة معالجة الموقف واستغلاله لمصلحته، أو الدخول فى تفصيلات أمور لا تمت للموضوع بصلة. ويستطيع أن يتعالى ويتعاظم، وأن يكون عدوانياً إذا أراد؛ فهو يعلم أن ما يقول لن يحذف منه شئ ولن يتدخل فيه المونتاج، ويمنحه ذلك قوة، يجب أن تظل فى يد المندوب، وهى قوة السيطرة على الموقف. ويندر أن تتيح المقابلة الميدانية القصيرة الحية، للمندوب، أن يتحرى ما يقال أو يبحث فى التحقق منه أو حتى يوازن بينه وبين الآراء المعارضة. إن كثيراً من الأمانة الصحفية يصبح ضحية الإذاعة الحية المباشرة على الهواء، والمبادرة، وفورية الحديث.

ويستطيع المرء القول بأنه عندما يكون الخبر المطروح مهماً ويستحق التغطية المباشرة على الهواء تماماً.. فإنه تتوفر لدى المندوب مادة ثمينة يتعامل معها. إن ما يقوم بتغطيته الآن مهم وفى حينه، مما يغفر له بعض القصور فى نوعية ومستوى التغطية. ومع ذلك.. فإن معظم ماتقوم المحطات المحلية بتغطيته على الهواء لا يستحق؛ فكثيراً ما يقوم المندوبون المتسمون بالجدية بتغطية حية من مواقع أحداث، وقعت قبل ذلك بساعات، أو أحداث على هامش القيمة الإخبارية. وبدلاً من أن يمضى المندوب وقته فى تحرى المصادر ومتابعة تطورات الخبر، وهذا هو الأفضل.. نراه ينتقل إلى ركن خال من الشارع، حيث وقع الحدث من قبل، حيث يبدأ فى إذاعة حية.

وتنطلق جاذبية الإذاعة الحية، فى بعض أسبابها، من الاعتقاد بأنها تعطى الجمهور الإحساس بالمشاركة فى حدث ساعة وقوعه، إلى جانب إدراك أن المحطات قد استثمرت أكثر من أربعين ألف دولار ثمناً لكل كاميرا من طراز «مينى كام»، ولابد من تبرير الاستثمار الهائل للتكنولوجيا.

ومما لاشك فيه أنه لابد للمندوب الذى يتولى التغطية الإخبارية الحية أن يكون على قدر من المهارة، يتجاوز حدود الأساسيات اللازمة للأخبار المسجلة أو الأخبار غير المصورة، التى يذيعها المندوب من الأستديو على شاشة جهاز تليفزيون. فالخبر الإذاعى يكتب، بعد أن يكون المندوب قد استوعب مادته وتدبرها، فهو يكتب وتعاد صياغته وينقح قبل الإذاعة على الهواء،

ولكن المندوب الذى ينقل الأحداث حية دون نص مكتوب، لايستطيع أن يعيد تقييم المعلومات أو يحكم لغته ويحسنها؛ لأنه لا يملك سوى فرصة واحدة، وينتظر منه أن ينقل المادة بدقة ومنطقية ووضوح وفورية.

ويمكن أن تنمو المهارات الضرورية بمضى الوقت، ولكنها لابد أن تستند إلى أساس قوى راسخ؛ فأنت فى حاجة إلى إحساس مرهف يميز بين المهم وغير المهم. ولابد أن تتحكم فى عواطفك، وتسيطر تماماً على تعصباتك. ولابد أن تكون لك عين واعية تدرك كل ما يحدث حولك، وتكون لديك القدرة على اتخاذ قرارات تحليلية سريعة بشأن نوع المعلومات ومدى أهميتها، وتكون يقظاً فيما تقوم به، التزم فيما تقول بما أنت واثق منه فقط. احتفظ بهدوئك حتى لو كانت الأحداث من حولك خطيرة ومشحونة بالفوضى، وستساعدك الأسس الأخلاقية لعملك كصحفى فى الاحتفاظ بتوازنك، والسيطرة على اختبار الإذاعة الحية القاسى، عندما تكون هذه السيطرة قوية، وتجرى مجرى العادة.

ويمكن للمقابلة الميدانية الحية أن تكشف تماماً مستواك الثقافى والمهنى؛ فالسؤال التافه لايمكن حذفه، وينتشر فى الهواء يراه ويسمعه كل الناس. وحيث أنه لاتوجد فرصة أمامك لإجراء مونتاج.. فإن قدرتك على الاستماع إلى الإجابة والمتابعة، وتلمس النقاط تصبح مكشوفة تماماً. وكثير من اللقاءات التى تذاع حية مباشرة «مع المارة» سطحية، أو تدور حول موضوعات غير جادة . وينتظرونك أن تستخلص من الجمهور سماتهم الطيبة، وتعليقاتهم الحيوية دون أن تجعل من نفسك مهرجاً. وهذا ليس بالعمل السهل؛ خاصة عندما يكون التكليف غير ذى موضوع مهم. ومع ذلك.. فإنه مما يساعدك كثيراً أن تكون على محبة حقيقية مع الناس، وتتمتع بالروح المرحة.

من الذى يقرر الأخبار التى تذاع على الهواء مباشرة؟ أحياناً مدير الإنتاج، الذى يطلق عليه أيضاً منسق الأخبار الإلكترونية، وكثيراً ما يتولى ذلك المنتج المنفذ. ومن الطبيعى أن الحدث المهم يؤدى إلى الإذاعة الحية، مع أن أحداثاً مثل أعمال الشغب تسجل بالفيديو قبل الإذاعة لضمان السيطرة على المادة، وتجنب إثارة الجمهور. وفى بعض الأحيان.. لا يستند قرار الإذاعة الحية على القيمة الذاتية لما يحدث؛ فقد يرى المنتج أن النشرة شديدة الجدية، ويعتقد أن إدخال تقرير ميدانى مباشر سيضيف حماساً وحيوية إليها.

وعندما تخرج إلى العمل.. كن على اتصال بمحطتك عن طريق اللاسلكى المزدوج (إرسال واستقبال)، وعندما تكون على الهواء ميدانياً.. ضع سماعتك خلف أذنك لتتلقى تعليمات المنتج الذى قد يقترح بعض الأسئلة، أو يزودك بمعلومات عن موضوع آخر له صلة بالموضوع الذى تقوم بتغطيته.

وينتظر من المندوب الذى يغطى موضوعاً يذاع حياً على الهواء أو يدير لقاءً، أن ينظر فى مودة إلى الكاميرا حتى وهو يتلقى التوجيهات والاستفسارات، التى يمكن أن يطرحها المنتج والأوامر العاجلة عبر سماعته. ويحتاج الأمر إلى قدر معين من البرود الذى تشتعل المشاعر تحته؛ لأن الهدف هو ألا يلاحظ المشاهد عمليات الفزع المثيرة فى أذن المندوب أثناء تأدية عمله. وخلال الحوار، يعطى المنتج اشارة البداية، وكذلك النهاية. وأحياناً يوجه كبير المذيعين أسئلة من الأستديو إلى المندوب فى موقع الحدث. وهذه الاتصالات البينية تضيف الإحساس بالآنية التى يعتز بها التليفزيون، كما أنها تزيد من ضغوط المهنة.

ومن المألوف فى التليفزيون الجمع بين التقرير الحى، والتعليق المسجل على الصورة سلفاً. فالمندوب ينقل مشاهد الحدث حية، ويقدم آخر التطورات، ويلحق بها تعليقه المصور الذى يعرض الحدث من بدايته، وفى نهاية الخبر تعود الكاميرا على المندوب الذى يقدم ملاحظاته الختامية حية.

وهذه صورة لما يحدث : عندما يصور الخبر ينقل الى المحطة لإجراء المونتاج، ويستطيع المندوب أن يسجل تعليقه على الصورة، أو أن يقرأه مباشرة من موقع الحدث أثناء عرضه فى التليفزيون. ويتميز هذا الجمع بين المادة الحية المباشرة من موقع الحدث إلى جانب المادة المسجلة بإظهار المندوب فى الموقع - وهو يقدم أحدث التطورات - بالإضافة إلى أن المادة المصورة التى التقطت من قبل تغطى كل مراحل الحدث، حتى قبل اللحظة الأخيرة التى تعرض حية.

والموضوع النموذجى الذى غطى على هذا النحو هو المفاوضات بين سلطات المدينة واتحاد عمال النقل بها لإنهاء إضرابهم. لقد كنت تغطى الحدث كما يجرى خلال النهار، عارضاً أثر الإضراب على حركة النقل الروتينية، وتجرى لقاءات مع المفاوضين وهم

يجيئون ويروحون، وتحاول تحديد القضايا الخلافية، وإلى أين تتجه المفاوضات. وعند حلول المساء - وأنت لاتزال في موقع المفاوضات الجارية - ربما تُعلن على الهواء مباشرة أن الاتفاق النهائي صار وشيكاً.

فإذا قدمت تطورات الخبر التي تفرض نفسها، فليتبعها التعليق المصور، الذي يتناول مجريات الخبر منذ بدايته لتبيان كيف أثر الإضراب في المدينة، ثم نتابع مراحل المفاوضات طوال النهار. وهذا استخدام أمثل لقدرة التليفزيون على التغطية الحية، مادامت تعطي المشاهد على الفور ما يحتاجه من معلومات، وهي على هذا النحو تقدم له أيضاً الخلفية اللازمة؛ حتى يفهم كيف تطورت الأحداث إلى ما وصلت إليه، وهكذا.. يجمع التقرير الإخباري بين المادة الإخبارية وفورية نقلها.

وفي بعض الأحيان.. يطلب منك أن تقوم بالربط بين الفقرات، وتقتضي الحكمة أن تعد نفسك لمثل هذه الاحتمالات. وبعض كبار المذيعين لا يتجاوز دورهم التقديم أو قراءة النص (الإسكريبت) الذي كُتب لهم، ولكن معظمهم يحررون أغلب مادتهم بأنفسهم، ويتجاوزون ذلك إلى العمل - مع المخرج المنتج - في تقرير كيفية إدارة النشرة والشكل النهائي للأخبار.

وينبغي أن تتسم المقدمات المطلوبة من مذيع النشرة بقوة الإقناع والمصداقية والمودة، والهدوء الظاهر برغم ما تحته من اضطرام، وروح المرح، والألفة والوضوح في الأداء الصوتي، ومن الصعب تحديد بعض هذه المقومات. فالذي يبدو على ثقة في نظر أحد المشاهدين، قد يبدو متغطرساً في نظر آخر. وما يراه شخص على أنه حرارة ومودة قد يفسره آخر بالبرود. وما آراه مرحاً قد تراه أنت سخفاً. إن المشاهدين يتنوعون في أحكامهم، كما يتنوعون في أذواقهم.

وهناك حدود لما يمكن أن يصنعه المندوب حتى يعد نفسه لهذه المهمة، ولكنه يستطيع أن يعمل بما منحته الطبيعة كبداية، واليكم بعض النصائح المجزية :

* أحسن مظهرك، حاول الالتزام بنظام دقيق في الطعام والشراب. هذب شعرك جيداً، ولتكن ملابسك بسيطة.

* احرص على التخلص من عادات تقطيب الجبين، ولعق الشفاه.

* استخدم الماكياج لستر العيوب التى تشتت النظر وتأكيد ملامحك الطبية.

* تدرب على فن كتابة الإسكريبتات المشرقة الحيوية التى تنساب بسهولة عبر الشفاه.

* اعتمد على استخدام جهاز التلقين Tele Prompter .

* اقرأ نسختك دون أن تحرك عينيك إلى الأمام والوراء. لا تحملق.

* حرك أهدابك بشكل طبيعى بين الآن والآخر، تحدث إلى الكاميرا وليس عندها.

* تدرب على قراءة الإسكريبت حتى تنظر إلى الكاميرا معظم الوقت.

* إن التواصل بالعينين مهم، إذا تسمرت عيناك فى الصفحة فسيرى المشاهد قمة رأسك فقط؛ مما يجعل مهمة الاتصال صعبة.

* مدير الأستديو هو الشخص الذى يدلك على الكاميرا التى يجب أن تنظر فيها. تأكد أنك تفهم إشاراته وتتبعها.

* ليكن لك أسلوبك الفنى فى القراءة برشاقة واتساق مع الصورة المعروضة. يتحول بعض المذيعين إلى النظر فى جهاز التليفزيون (المونيتور) لمعرفة الفقرة التالية، بينما تلتقط الكاميرا صورتهم. لابد أن تحدد سلفاً كيف تعالج هذه المسألة.

* فكر فيما تفعل إذا حدث خطأ. تدرب على فن التصحيح برشاقة، فتحول الخلل الفنى أو الخطأ السخيف على الهواء إلى لاشئ أو على الأقل تخفف وقعه.

وفضلاً عن قراءة الأخبار وتقديم التقارير الحية والمسجلة.. فإن كبير المذيعين قد يطلب إليه أن يدخل فى حديث بسيط مع رفيقه، مذيع الأخبار الرياضية أو أحوال الطقس، أو يجرى مقابلة حية فى الاستديو على الهواء، أو يجرى حواراً مع مندوب فى موقع الأحداث. وحتى ينجز أياً من هذه المهام ..فلابد أن يستجمع نفسه، بكل قيمه، وخلقه، وتعليمه، وذكائه، وثقافته، ودعابته.

وأحياناً يرتكب المذيعون الجدد خطأ بإطلاق أصواتهم في قراءة الأخبار، وكأنهم يعملون في المسرح. تذكر أن التليفزيون وسيلة تتسم بالمودة والألفة، ويجب أن تتحدث فيه، كما تتحدث إلى صاحبك وأنتما في غرفة واحدة. تصور أن الكاميرا كائن حي، تقص عليه الأخبار. اخفض صوتك، وتجنب المضي في القراءة على وتيرة واحدة. اقرأ الخبر مؤكداً على ما يجب أن تؤكد عليه من الكلمات والعبارات، وكأن ما تقرأ يعني شيئاً حقيقياً لك، تريد أن تشارك فيه بقوة. تأكد أن وجهك يعكس المعاني التي تنقلها. تجنب الابتسام إذا كان الخبر مأساوياً. ولا تهز رأسك ولا تشفق أيضاً.. إن مهمة رجل الأخبار أن ينقل الخبر بموضوعية دون انفعال.

ويتعين على كبير المذيعين أو مذيع النشرة بصفة خاصة أن يعبر عن هذا الإحساس بالبعد المكاني، والهدوء، حتى لو كانت الأخبار درامية أو مفزعة.

* تجنب المبالغة في الإلقاء، وإن كان من الضروري أن تُفهم كل كلمة بوضوح. ولابد أن تنساب الكلمات في سلاسة ووضوح بشكل طبيعي ودي لا خطابة فيه. ويمكنك تحسين مهاراتك في القراءة باستعمال جهاز التسجيل؛ حيث تستمع إلى صوتك، وترصد عيوبك، ثم تسجل مرة أخرى وثالثة، حتى تصل إلى المستوى الذي تريده.

ومن الناس من يصبح مذيعاً للنشرة على أساس من المواهب الطبيعية، ولكن حتى هؤلاء المحظوظين لابد أن يتعلموا الأصول الفنية لعملهم. أما بالنسبة لغيرهم ممن يحتاجون إلى تدريب فني؛ حتى يكونوا موضع قبول.. فلا بديل أمامهم عن العمل الشاق والمثابرة، والقدرة على التقييم السديد، والنقد، وتحسين مستوى العمل.

الفصل الثامن

فن التغطية للتليفزيون

هناك مهمتان أساسيتان فى التغطية: إحداهما جمع المعلومات، والأخرى صب هذه المعلومات فى قالب صحفى منطقى.

نحن الآن فى صباح يوم من أيام العمل فى محطة تليفزيون محلية، وأنت مندوب جديد مكلف بتغطية خبر. مدير التكليفات أو المنسق تلقى معلومة عن خبر من أحد المصادر. قد يكون حدثاً مرتقباً وارداً فى الدليل اليومى لوكالة اليونيتدبرس أو الأسوشيتدبرس، وربما اتصل شخص بمكتب الأخبار لتنبيه المحطة إلى أن حدثاً ما سوف يقع، وربما تأتى الإشارة فى نشرة صحفية حكومية أو مصدر فى القطاع الصناعى الخاص أو جهة عامة. وقد يطلب إليك أن تتابع خبراً ورد فى صحيفة هذا الصباح ،أو أن تبحث عن زاوية محلية فى خبر وطنى تبثه وكالاتالأنباء.

على أية حال.. فقد علم مكتب الأخبار بأن حدثاً ما سيقع، وترك لك أن تستقصى الموضوع بكل ما تستطيع قبل أن تتوجه إلى موقع الحدث لتغطيته. إطلب من المنسق أو مسئول التكليفات ما يمكن أن يكون لديه من مادة مطبوعة، أو اتصال تليفونى، أو خلفية من المعلومات عن الموضوع.

فتش فى ذهنك عن أفكار أو اتصالات أو مصادر تمدك بمعلومات، تلقى ضوءاً تاريخياً على الموضوع أو تساعدك على نحو مباشر. اتصل تليفونياً بأطراف الموضوع من البشر أو شخص ذى خبرة فيه.

ومن غير المحتمل أن تكون لدى مؤسستك الإخبارية مكتبة للقصاصات الصحفية، ولكنك تستطيع أن تستخدم المكتبة التابعة للصحيفة المحلية. وسيتوقف ما تستطيع أن تؤديه من ذلك كله، قبل أن تتوجه وفريق التصوير إلى موقع الحدث، على الوقت المتاح قبل وقوع الحدث.

فإذا خرجت وأنت لا تعرف شيئاً عن الموضوع أو شخصياته أو قضاياه التى ستطرح.. فعليك أن تطلب من مسئول التكليفات أن يعطيك توضيحاً لخلفية الموضوع، ويفصح لك عما فى ذهنه بخصوصه. ومن المناسب جداً أن تسترشد بهذا المسئول، إذا استشعرت ضعف الإلمام فيما يتعلق بالموضوع.

ومن سوء الحظ أن بعض مسئولى التكليفات لا تكون لديهم سوى أفكار غامضة عن تفصيلات أو مادة الخبر الذى يصدرون التكليف به. وقد يبعث بك المسئول لتغطية خبر لا يعلم عنه إلا القليل، وذلك تحت ضغط الحاجة إلى إعداد أخبار كافية لشغل وقت النشرة، وحتى يعمل المندوبون وتعمل الكاميرات.

هل لك الحق فى أن تتوجه لتغطية خبر تليفزيونى ثم تعود لتقول بأنه ليس لما يحدث قيمة إخبارية؟ تستطيع ذلك من الناحية النظرية. ومع ذلك.. فإن ما يحدث فى معظم المحطات أنه إذا كلفت وفريق التصوير بتغطية خبر.. فمن المنتظر أن تعود ومعك شريط الفيديو الذى سجلت عليه ما حدث. والواقع أنك عندما تتلقى أى تكليف، فعليك أن تترجمه إلى خبر يستحق الذكر، بصرف النظر عما كان يحيط به فى البداية من غموض، وذلك بفضل التغطية الذكية والكتابة التى تتسم بالألمعية وخفة الظل، والتشكيل الإبداعى للخبر. فقد لا يكون الموضوع خبراً مهماً، ولكنه سيشغل وقته المحدد فى برنامج أخبار المساء، وقد يفيد فى إسعاد المشاهد وإنعاشه.

والنصيحة العملية لمندوب التليفزيون الجيد هى : تجنب الشكوى والتبرم مهما يكن التكليف المعهود به إليك. اقتحم كل تكليف بابتهاج، وانشراح صدر، وإقبال حتى لو بدا ثقيل الظل ومضيعة للوقت. ومعظم الأخبار فى أى يوم وفى أى وسيلة، روتينية مملة، وإذا استطعت أن

تتقن فن تحويل ما هو روتيني وممل إلى شئ حيوى ممتع ومثير للاهتمام فستلقى ثناء عظيماً. ومع ذلك فالمسألة تبدأ بالتناول السليم للموضوع والإقبال الذهني المناسب.

وعلى سبيل المثال فقد كلف مندوب تليفزيون واشنطون بتغطية جلسة استماع عقدت في الكونجرس، كان ينتظر أن تسفر عن صواريخ سياسية. وانتهت الجلسة ولم تنطلق الصواريخ؛ فأعضاء الشيوخ الذين ظن أنهم سيفحصون المرشح فحصاً دقيقاً، ويعتصرونه اعتصاراً، أخذوا بدلاً من ذلك، في طرح الأسئلة المستأنسة والموالية. وأخذ الجمهور الذي حضر لمشاهدة الجلسة ينصرف في وقت مبكر، وحتى زوجة المرشح لوحظ أنها تهوم برأسها في غفوة، وتحول ما اعتقد أنه سيكون تحدياً يقظاً نشيطاً لاختيار الرئيس، هذا المرشح لمنصب وزارى إلى مهرجان للحب.

كيف نقلت المندوبة هذا الحدث المخالف لكل التوقعات إلى المشاهدين؟ لقد طلبت إلى المصور أن يتحول بالكاميرا عن الأعضاء والمرشح، ويركز على الجمهور الذي شهد الجلسة حيث التقطت الكاميرا صوراً لزوجة المرشح، وهي تغالب النعاس لتبقى عينيها مفتوحتين، ومندوب صحيفة نيويورك تايمز وهو يغط في النوم بشخير مسموع، ولقطات منتقاة من المواطنين والمسئولين وهم يتثاءبون ويغفون.

وقد رُوى الخبر كما حدث: فشل الصواريخ المتوقعة في الانطلاق. الأسئلة السهلة التي ألقاها أعضاء اللجنة (مع توضيح السبب. لقد كان المرشح عضواً سابقاً في نادى الكونجرس، ومن هنا عامله زملاؤه برفق) وفي النهاية ظهرت حقيقة هذه الجلسة، رؤوس تومئ، عيون مغلقة وأناس يتثاءبون، إن ما بدا حدثا لا يستحق التغطية، بل مثير للملل قد تحول إلى موضوع ممتع فيه لفتة صحفية.

ولو أن الصواريخ انطلقت، وحدث التحدى القوى والإجابة الصريحة بين الأعضاء والمرشح لكان خبراً أكثر جدارة، ولأتاح التقرير المصور للجمهور فكرة عميقة عن مواقف المرشح من القضايا، التي يمكن أن تواجهه في منصبه الوزارى. ولكن مادام النقاش لم يحتدم.. فإن ما كشفته قصة المندوبة أمر مختلف: كيف لجأ الأعضاء إلى حماية واحد منهم حتى وهم يعترضون بحدة على مواقفه السياسية.

وكان من السهل فى موضوع كهذا أن تعمد المندوبة إلى التليفون لإبلاغ مكتب الأخبار أنه لا يوجد خبر لأنه لم يحدث شئ. ولكن المندوبة كشفت أن هناك شيئاً يدعو إلى السخرية تحت السطح الهادئ، يستحق الذكر.

وهناك طرق أخرى يغطى بها مثل هذا الحدث. أن تُحرك المندوبة الكاميرا إلى خارج قاعة الجلسة حتى إذا انتهت، طلبتٍ إلى المرشح أن يقف أمام الكاميرا للرد على الأسئلة، التى لم تطرح فى الجلسة أو التى لم يُجب عليها. ولو أن هناك وقتاً كافياً لإذاعة هذا الخبر لاستطاعت المندوبة أن توضح بالصورة ماحدث فى الجلسة، ثم تختتم على الهواء مباشرة من الأستديو بعدد من الأسئلة ذات الفائدة البالغة الأهمية، التى لم يثرها أعضاء اللجنة. كما تستطيع أن تعرض مواقف المرشح السابقة إزاء القضايا التى تمس قضية ترشيحه. وهكذا.. تقدم المعلومات التى لم تظهر خلال الجلسة.

وتوضح هذه الأمثلة أنه إذا صممت المندوبة على أن تجد خبراً فستجده، والموضوع الذى يبدو فارغاً إنما يمثل تحدياً لإبداعها ومثابرتها.

وتختلف أخبار التليفزيون المحلى عن أخبار الصحف فى أنها تذاع فى اليوم نفسه. وكثير من المحطات المحلية ليس لديها سوى عدد قليل من المندوبين، ومن ثم يكلف المندوب بما يصل أحياناً إلى ثلاثة أخبار تذاع فى أخبار المساء، وتستطيع الصحيفة فى أى يوم تقل فيه الأخبار المحلية، أن تعتمد على أخبارالوكالات والمواد الأخرى التى تشغل حيز الصحيفة؛ فلا تظهر مساحات بيضاء. وعلى العكس من ذلك.. فإن عمليات أخبار التليفزيون المحلى ليس لديها سوى القليل من المواد المحلية؛ مما يمكن الاعتماد عليه. ومن هنا.. تصبح مهمة شغل المساحة المخصصة للأخبار المحلية التى تجمع وتذاع فى اليوم نفسه، عبئاً ثقيلاً على المندوب الذى يستخرج موضوعاً من كل تكليف.

ومع ذلك.. ففى السنوات الأخيرة أصبحت المحطات المحلية التابعة للشبكات تتلقى مواد غير محلية فى رسائل الأخبار، التى ترد اليها قبيل المساء. كما أن القمر الصناعى وأنظمة الكابلات أصبحت مصادر للأخبار. وإلى هذه الإمكانات التى توفر كثيراً من المواد الإخبارية التى تشغل وقت النشرات والجودة الملحوظة فى المواد، التى ترد عن طريق رسائل الأخبار،

يرجع الفضل فى توفير الفرصة لشغل النشرات بالموضوعات المختلفة، كما تحرر المندوبين من العناء اليومى فى تغطية عدد كبير من الأخبار. وهكذا يستطيع المندوب أن يمضى وقتاً أطول فى تغطية خبر معين، ويؤخر وقت إذاعته.

وتدور فى عكس هذا الاتجاه فكرة بعض مسئولى الأخبار المحلية، الذين يرون أن مندوبيهم هم نجوم فى المقام الأول، ثم صحفيون فى المقام الثانى. ولما كانت الإدارة قد استثمرت مالاً كثيراً فى المندوب.. فإنها ترى مزايا بارزة فى ظهوره على شاشة التليفزيون كل ليلة. والواقع أن بعض المندوبين يحسون بتضاؤل شأنهم، إن لم يظهروا فى النشرة بشكل ثابت منتظم، ويعرِض عن مزايا تأخير الموضوع لاتقانه؛ فى سبيل هذا الظهور المنتظم كل ليلة.

وعوداً إلى المشكلات التى تعترضك فى أول تكليف لك بالتغطية أقول : تسلح بأية معلومات تستطيع أن تستوضحها مقدماً، قبل أن تتوجه وفريق التصوير إلى موقع الحدث. وفى الطريق.. يجب أن تناقش مع الفريق احتمالات الموضوع، أشركهم فى عملية تحديد العناصر اللازمة لنقل الخبر على نحو جيد. يجب عليك أن تنشد مساعدتهم فى التقاط الصور والأصوات التى تعزز الخبر الذى تغطيه، على نحو ما تتوقع من مجرياته. ويجرى هذا التخطيط المسبق - وفى الحسبان - أن يمضى الموضوع على نحو مختلف عما هو متوقع، ولابد أن تنتبه وفريق التصوير إلى التطورات غير المتوقعة، وأن تكونوا على استعداد لتغيير المسار حسب الضرورة.

ولابد أن تنتبه بصفة خاصة إلى المحاولات التى يبذلها السياسيون والجماعات المعنية والمتظاهرون؛ لأداء دور معين أمام الكاميرا فيما يبدو أنه «صورة تليفزيونية حافلة». واللغة التى تتجاوز حدود الأدب، والصياح، والتلويح بقبضة اليد، والسباب هى تكتيكات يلجأ إليها من يعتقدون أن الأمر يعتمد على الضجة والعرض الدرامى. وهى أساليب شائعة ليحثوك على عرض الموضوع، كما يريده هؤلاء «الممثلون» الذين يميلون إلى التهويل. وإلى جانب يقظتك فى مواجهة الأمور غير المتوقعة والتمثيلية.. عليك أن تتذرع بالشك، عندما يكون واضحاً أنهم يحاولون التأثير عليك.

نفترض أن شخصية سياسية تستغل مناسبة عقد مؤتمر صحفى، لشن هجوم مشحون بالانفعالات العنيفة المؤثرة ضد أحد الخصوم. يمكنك أن تسجل الاتهامات وتجعلها مادة

لموضوعك، أو أن تستثمر المناسبة فى طرح أسئلة من عندك، تتحدى بها السجل التشريعى لهذا السياسى أو تصرفاته. وعليك أن تقرر هل يستغلك لإذاعة هجومه دون اعتراض، أو أن تستغل أنت الفرصة للضغط عليه؛ للإجابة عن أسئلة تتصل بموضوعات أخرى. إن المشكلات التى تواجهك هنا عديدة، إذا كانت اتهامات هذا السياسى مصحوبة بالحجة القوية. وما يقوله ليس مجرد محاولة لإثارة موجات عامة، فقد تميل إلى المضى معها كأمر صحيح، وفى هذه الحالة.. عليك أن تعطى الخصم فرصة للرد بالصوت والصورة إن أمكن، وإذا تعذر ففى لقاء تليفونى تقتبس فقرات منه.

وقد يكون هذا الرجل شخصية عامة معرضة للهجوم والاستقصاء، ويحاول أن يستغل هذه المناسبة فى تحويل الأضواء عنه بتدبير عرض مثير فى مسائل ثانوية، أو مسائل لا صلة لها بالموضوع. ويجب على المندوب أن يقيم الموقف حسبما يجرى أمام عينيه، ويميز هل هو خدعة ماهرة أو أنه أمر حقيقى. والمنهج النافع أيضاً هنا هو أن توجه سلسلة من الأسئلة التتابعية لدفع المتحدث إلى إبراز الحقائق التى تدعم موقفه، وترد الأمر مرة أخرى إلى القضايا الأساسية.

ومن الطبيعى ألا تسعد الشخصيات العامة بلقاء هذا الطراز من المندوبين المتمرسين. إنهم يعقدون مؤتمراً صحفياً؛ لأنهم يريدون أن يقولوا شيئاً ليذاع كما هو دون زيادة أو نقصان. ويندر أن يشتهر المندوبون الذين ينتهزون فرصة هذه المؤتمرات لتحدى ما يقال، أو إعادة توجيه مسار المؤتمر، ولكنهم قد يحصلون فى النهاية على خبر جيد.

إن المندوب ليس مختزلاً، وليس عليه أن يبتلع دون وعى كل ما يقال له ثم يذيعه دون استفسار أو معارضة. ولابد أن يقدر فى كل موضوع أو ظرف، مدى الأهمية، وهل هو يعبر عن الحقيقة أم أنه مجرد استعراض، وهل هناك حجة كافية تدعم كل ما يقال ويفعل. وقصارى القول، هل ما يجرى يستحق أن يكون خبراً؟

ويمكن أن يقدم العرض التليفزيونى للبيان غير الجوهرى لأحد المسئولين فى مؤتمر صحفى كما يلى: يروى المسئول حكايته، ويكيل اتهاماته كما يحب.. ويقوم المندوب بعد ذلك

بتتبع ما يجرى، ثم يكشف الثقوب والعيوب أو مواطن نقص القرائن، عندما يلتقط مقتطفات بصوت المسئول، ويعقب عليها فى تعليق على الموضوع أو مقدمة له. وبهذه الطريقة.. يضع المندوب الخبر فى إطاره الصحيح، ويشبع حاجة الجمهور إلى فهم الموضوع وتقييمه. فالسياسى يعرض ما يريد كما يريد، والمندوب يعقب بنعم ... ولكن.

ومعنى ذلك أن مسئولية المندوب لا تقف عند حد القول، لقد حدث هذا، ولكن هذا حدث، واليكم كيف حدث ولماذا حدث؟ وهذه هى الأسئلة التى لم تلق إلا الصمت. ولإنجاز هذا النوع من الصحافة.. لابد أن يكون المندوب مطلعاً، ذكياً، مفكراً ، يعتنق مبدأ الشك للوصول إلى الحقيقة، لابد أن يفرض ذكاءه على المادة التى يجرى جمعها، يشكلها فى نسقها المنطقى، حتى لو كان الخبر خليطاً مهوشاً من الأفكار والانطباعات.

هل يغير جهد المندوب طبيعة الحدث نفسه؟ فى الواقع نعم. صحيح إن المندوب يستهدف الموضوعية بتوخى الدقة والإنصاف والتوازن فى العرض. ولكن كل شئ هنا يخضع للتقدير الذاتى، ما يراه وما يختاره من خليط المادة أمامه، ليرفعه إلى مرتبة الأهمية. وكيف يصوغ الموضوع فى كلمات وصور.

إن الصحافة مهنة، وينتظر من أهلها أن يمارسوا تقديراً مستقلاً، تماماً كما يفعل الطبيب حين يشخص مرضاً أو يحث على إجراء جراحة، وكما يفعل المحامى حين يقرر كيف يعالج القضية. ومفتاح الصحافة الجيدة هو الصحفى الجيد، المتعلم، المفكر، الحريص، المستكشف، البرئ من أسر التعصب والأفكار المسبقة.

إن أخبار التليفزيون ليست مرآة معلقة تلتقط كل شئ فحسب؛ فالمندوبون والمنتجون والمونتيرون يختارون ما يعرض كماً وكيفاً. وإلى جانب مسئوليتهم فى جمع المعلومات وتشكيل الخبر.. فإن عليهم أن يوفروا ما تستلزمه الوسيلة من صور.

ومن المشكلات الشائعة التى يمكن أن تصادفها، مصدر الأخبار الذى يريد أن يتكلم ولكن بعيداً عن الكاميرا. ومع أنه من الأفضل أن تسجل للضيف صوتاً وصورة.. إلا أنك لا تملك إلا أن تقبل المعلومة على أى وضع ممكن. سجل المعلومات فى مفكرتك، وكن على استعداد لأن تروى ما تلقيت. ويستطيع المصور أن يجد بعض الصور العامة التى تخدم التعليق، لافتة على

مكتب المصدر، واجهة مكتبه أو البناية التى يقع فيها، المصدر نفسه وهو يغادر المكان. وضح أن المصدر رفض أن يتحدث أمام الكاميرا، ولكن اقتبس مما قال على الصور التى جمعتها. فإذا كان المصدر شخصية عامة معروفة.. فقد تستطيع أن تحصل على صورة ثابتة له، ويمكنك أن تنقل كلماته بينما تظهر هذه الصورة على الشاشة. وتستطيع أن نستعيض عن ذلك بأن تنقل ما قاله المصدر فى مقدمة، تعدها بصوتك وصورتك فى موقع اللقاء، أو من الأستديو على الهواء. ولابد أن تعى أنه برغم أولوية تسجيل المعلومات ومصدرها على شريط الفيديو.. إلا أنه فى حالة تعذر ذلك، يجب أن تودع المعلومات فى الخبر بطريقة أو بأخرى.

ولنفرض أن شخصاً يرفض تماماً أن يتحدث معك. التقط صورته وهو يبتعد عنك، وهو يدخل سيارته، وهو يغلق الباب فى وجهك. وعلى هذه الصور.. يمكن أن تقول لا تعليق على الموضوع. وستظهر الصور - على الأقل - أنك حاولت الحصول على هذا الجزء من الخبر. ومهما يكن من أمر.. فلا تلجأ إلى هذا الأسلوب لمجرد إحراج الأشخاص الذين لا يريدون التحدث معك. تذرع بضبط النفس، واحترم حق المصدر فى الخصوصية والكرامة.

للقاءات التى تجرى فى الطريق العام مؤيدين ومعارضين؛ فهذا اللقاء عينة عشوائية من الرأى العام. ويخطئ المندوبون الذين يستخدمون هذا الأسلوب، عندما يتركون انطباعاً بأن هذه العينة تتجاوز حدود العشوائية؛ فعندما تقف على ناصية الطريق وتلتقى بأول عشرة من الناس يمرون عليك، ثم تعمم النتيجة على أنها وجهة نظر المواطنين فى كل مكان.. فإن هذا حكم غير علمى، ومن الخطأ افتعال ذلك.

ولنفرض أنك تلقيت تقريراً من مركز محترم لاستطلاعات الرأى عن رأى المواطنين فى قضية معينة، وتريد أن تترجم هذا الخبر تليفزيونياً.. فإنك تستطيع بكل ارتياح أن تذيع نتائج الاستطلاع، ثم تذيع عينات الرأى العام التى جمعتها على شريط الفيديو؛ لتوضيح دور العنصر البشرى فى هذه المعلومات، والمهم هو أن تترك انطباعاً بأن هؤلاء الذين مروا بك عند قارعة الطريق، لا يمثلون إلا أراءهم الشخصية دون تعميم.

ولكل مندوب أسلوب معين ينظر به إلى العالم سواء كان يعمل فى الصحافة أو الإذاعة أو التليفزيون، كما أن تناوله للعمل يتأثر ـ إلى حد ما ـ برأيه فى الدور الذى يؤديه فى المجتمع؛ فهو يعتقد فى علاقاته مع الجمهور أنه يشبع حاجات الناس وحقهم فى معرفة ما يحدث، وهذا هو الجانب السامى فى الصحافة، وهو محك مثالية المندوب.

ومع ذلك.. فهناك جانب آخر، هو الجانب العملى اليومى، وهو قاس تغلب عليه الشراسة؛ حيث ينافس الصحفى زملاءه فى مؤسسته الإخبارية ، ويتصدى لكثيرين خارجها، ومن المسلم به أن المندوبين يبنون سمعتهم بالمبادرة السريعة المقتحمة، الواسعة الحيلة، وفى بعض الأحيان.. يكون هذا الطراز العدوانى من الصحافة ضروريا، بل وجديرا بالثناء؛ فالعالم قاس ووضيع في بعض المواقع .

ومع ذلك.. فإن هذا النهج الصحفي يمكن أن يفلت زمامه، مالم يروض بحكمة، فقد يفضى بالمندوب إلى تعطش للدماء، فيصبح صيادا يقتفى أثر فريسته، مستبيحا كل شئ وكل شخص. ويفتقد رؤية ما يخدم مصلحة الجمهور، ويأخذ فى خدمة مصلحته الذاتية؛ حيث يعلى بناء الأنا، ويستعذب السلطة، ويتلذذ بالاثارة. وفى هذا المضمار.. يفقد المندوب القدرة على فهم ونقل الأفكار والأحداث، التى تحتاج إلى تمييز دقيق حتى المحزن منها.

إن المندوب الجيد مثل رجل الشرطة الجيد، لايقنع بما يبدو على السطح، وإنما يميل إلى تسجيل الملاحظات البسيطة ويوجه الأسئلة الغريبة، التى تولدها قوة التخيل؛ فيقتفى أية إشارة مأمولة ببصيرة نافذة، ومنطق وإصرار.

وعلى عكس رجل الشرطة.. فإن المندوب يندر أن يحقق فى جريمة، وليس كل من فى السلطة أو من هم مصادر للأخبار محتالين، وإن كان بينهم قلة. وتناول الأخبار أملا فى اكتشاف المحتالين يعنى لَىّ الحقيقة منذ البداية.

والواقع أن معظم ما يمكن تغطيته إخبارياً، يقع فى المنطقة الرمادية بين الأبيض والأسود. ولابد أن يكون المندوب حساساً إزاء عدم السداد فى الرأى وقصر النظر، والعجز الإنسانى أمام

الإغراء كحساسيته إزاء ماهو غير مشروع، و عندما يجمع المعلومات ويبلغها.. فهو فى حاجة إلى أن يتدبر ويجيل النظر، وينضبط فى سلوكه وأدائه .

وكثيرا ما يزعم المندوبون أنهم فى خصومة مع المسئولين فى الحكومة. ومع ذلك.. فثمة فارق بين دور الخصم ودور ممثل الادعاء ، وإن اشترك المحامون والمندوبون فى بعض المبادئ الخاصة بمزاولة المهنة، مثل: الجمع الواعى للشواهد، والعرض المنطقى للحقائق؛ فليس من عمل المندوب أن يتعصب لطرف، وإنما يجب عليه أن يعرض الموضوع بأمانة وترتيب، وأن يترك القرار للجمهور. إن صحافة الاتهام مزعجة، وتضعف قضية الجانب الذى يميل إليه المندوب، وتهين ذكاء القارئ والمستمع والمشاهد. وهى تشير إلى أن مستهلك الأخبار ليس لديه الإدراك الكافى لاستيعاب الدليل.

وإذا كان هذا النوع من التغطية يفشل فشلاً ذريعاً فى الصحافة.. فإنه يكون أسوأ من ذلك ومبعثاً للنفور فى التليفزيون. ولنضرب لذلك مثلاً : المشهد فى مدينة نيويورك حيث يزور العمدة مكتب شكاوى التدفئة خلال موجة برد قارس. التليفونات تدق دون توقف. والأهالى القابعون فى مساكنهم بلا تدفئة يستغيثون بالعمدة، وهو يتحدث إليهم، ويهدئ من روعهم، ويعدهم بالمساعدة، ومندوب التليفزيون يدفع بالميكروفون إلى العمدة ويسأله ساخراً : ياسيادة العمدة، أليس هذا مجرد عمل مظهرى دعائى؟ ويرد العمدة وقد تملكه الغيظ قائلاً : فى كل مرة يبدى العمدة اهتماماً، تتهمه بالافتعال! ونتيجة مثل هذا الصدام مباراة فى تبادل الكلمات اللاذعة، وليس التخفيف على المشاهد وتنويره، أو شرح الموقف، أو بذل المساعدة للأهالى الذين يعانون من شدة البرودة.

وحب الأنا الشديد معروف بين الصحفيين، إلا أنه فى التليفزيون أوضح حيث يستطيع أن يُغوى أشد المندوبين تمسكاً بالمبادئ، وحيث لا يتسع الوقت كثيراً للتفكير أو كبح الجماح. فمندوب التليفزيون الذى يرى نفسه ـ فى المقام الأول ـ نجماً ثم صحفياً، يواجه صراعاً داخلياً قوياً، وقد يسوقه ذلك فى النهاية إلى أن يأتى أشياء غريبة وتصرفات رهيبة على الهواء.

ومن ناحية أخرى.. فهناك بعض مندوبى الصحف والإذاعة الذين يحرصون على الشهرة، وهؤلاء هم الذين يراءون الأغنياء والمشاهير وأصحاب النفوذ، كما هو الحال مع المندوب الذى ينصب نفسه ممثلاً للإدعاء وذا قبضة حديدية، فهو مهتم بما يقوله الناس عنه شخصياً أكثر من اهتمامه بما يحق للجمهور أن يعرفه، وما يحتاج إلى معرفته. إن المندوب الذى يريد أن يكون موضع إعجاب ومحبة ـ ولاسيما من جانب المشاهير أو أصحاب السلطة ـ يعجز عن أن يؤدى خدمة ذات قيمة للمهنة أوللجمهور؛ لأن الحيدة والموضوعية تتضاءلان إلى جانب الرغبة فى كسب المحبة والرضا. وحتى لو ظفر المندوب بشئ مهم.. فليس من المحتمل أن يذيعه؛ لأنه أصبح يرى نفسه موضع سر وصداقة، أكثر منه مراقباً صحفياً.

وهناك غوايات قوية عديدة فى علاقة رجل الأخبار بمصدر الأخبار، النفاق واحد منها، وعلى سبيل المثال.. نجد أن المحافظين البارعين الماكرين يعلمون أنه ما من شئ أضمن لكسب المندوب إلى جانبهم، من دعوته باسمه خلال مؤتمر صحفى مصور، فينادى المندوبة بقوله مس سميث أو روبين، وتصبح هذه شهرتها، وهو تعظيم لابد أن يلاحظه رئيسها. والمصيدة التى نصبت بإحكام هنا هى أنه «بعد هذا الاعتراف العلنى.. كيف تستطيع المندوبة روبين سميث أن تنتقد فشل سياسة المحافظ، أو أكثر من ذلك، دون أن تبدو ناكرة للجميل ؟!»

وهناك أشكال أدق من النفاق لابد أن ينتبه اليها المندوب؛ إذ يتميز بعض السياسيين بمهارة خاصة فى ثنائهم على موضوع معين، أو إعجابهم بأسلوب تقرير إخبارى أو تصفيفة شعر أو رداء أو فستان، فيقولون مثلاً .. كم هو رائع .. وتصيح المندوبة فى داخلها .. «لقد لاحظ الرجل العظيم ذلك وانتبه لى. إنه معجب بى. لابد أننى مهمة». والنفاق يضع عقبة أمامك؛ لأنك ستجد أنه من الصعب أن تتشكك فى رجل أطرى مواهبك كل هذا الإطراء العلنى.

لابد أن تتخذ مواقف عقلانية مناسبة إزاء من تنقل أخبارهم، وأن يكون لك موقف مهنى فى عملك. وفى هذا لا تأبه لما يلحق بك من كدمات، إذا اقترح منتج أو مدير أن تغير موضوعاً أو تتناوله بطريقة أخرى. لابد أن تتهيأ لقبول النقد الأمين لعملك، وأن تفصل بين اعتداد الأنا عندك والعمل.

إن الكتابة والإذاعة تعبيرات شخصية جداً عن صاحبها. كن مستعداً لتعريض ما تفعل للنقد الشديد.. لابد أن تتعلم ذلك، دون أن تدع النقد يدمر تقديرك الأساسى لنفسك وجدارتك.

ويحتاج كل مندوب صحفى أو إذاعى إلى مُراجِع لتقديراته، يستطيع أن يلقى عليها نظرة جديدة، موضوعية، مبرأة.

ويميل المندوبون فى أخبار التليفزيون أن تكون لديهم حرية تصرف أوسع، من غيرهم فى الصحف والمجلات فى التشكيل النهائى للخبر. ومن الأرجح أن يمضى على الهواء ما يقوله المندوب فى أخبار التليفزيون دون فحص دقيق بسبب ضغط الوقت، وذلك لأن معظم الخبر يصور قبل أن يعود المندوب إلى المحطة، وكذلك قلة عدد المشرفين وهيئة التحرير. ولعل هذا هو السبب فى البلاهات والأخطاء الشخصية التى تحدث أحياناً فى الأخبار المحلية. إنه خطر ينذر بضرورة أن يربى المندوب الذى يحترم نفسه، آلية ذاتية لوقف تجاوزاته الشخصية.

إن الكرامة والمصداقية قيم مهمة فى الصحافة أياً كانت وسيلتها .. وهى عرضة للضياع بسهولة فى أخبار التليفزيون؛ حيث يظهر المندوب على الشاشة.

وحتى تتمتع بالمصداقية.. كن دقيقاً دائماً، تتحرى الحقائق، وتتأكد مما تقتبس. تجنب التبسيط الذى يمكن أن يدمر أمانة المعانى.

وحتى تتمتع بالمصداقية.. كن منصفاً؛ فالكلمات الرخيصة والاتهامات تنهال بسهولة عند بعض مصادر الأخبار؛ فإذا اكتفيت بنقل هذه الكلمات والاتهامات دون فحص الدوافع ومدى مصداقية المصدر.. فإنك عرضة للإضرار ظلماً بأبرياء. إن لديك سلطة كبيرة كمندوب، تصاحبها مسئولية: أن تتذكر أنك يمكن أن تدمر حياةً بعدة كلمات مستهترة بلا وعى، ولذا يجب أن تمارس سلطتك بحرص.

وحتى تتمتع بالمصداقية .. لابد أن يكون خبرك متوازناً؛ فهناك دائماً طرفان فى كل مشكلة. وأنت مدين لمشاهديك بأن تقدم إليهم الخبر بأكبر قدر ممكن من المعلومات من كل

الأطراف. يجب أن تبقى غير منحاز حتى وأنت تنقل الأفكار والمعلومات التى لا ترضى عنها شخصياً. ليس من حقك أن تستخدم الصحافة سلاحاً لترويج أفكارك واهتماماتك؛ ففى بعض الأحيان.. ستجد لزاماً عليك أن تبلغ الجمهور أموراً تحزنك وأفكاراً تتعارض مع ما تعتقد. لاتحبس أبداً معلومة لا تتفق مع ما تعتقد... قلها، قلها بأمانة وأعط كل الأطراف فرصتها فى الحديث.

وإذا رأيت - فى سبيل تحقيق هذه الأهداف - أنك بحاجة إلى مزيد من الوقت على الهواء، تفاوض بقوة وإصرار مع الشخص المسئول، منتجاً كان أو مديراً . ومن بين حججك أن صحافة التليفزيون، فى نهاية الأمر، هى صحافة، وليس من المناسب أن نتخلى عن قيم الدقة والإنصاف والتوازن، فى سبيل قيم الإيجاز والتألق، وهى الأقل إثارة للإعجاب.

الفصل التاسع

تقييم المعلومات

لا يكفى المندوب أن يجمع معلومات حسبما يسمح الوقت. لابد أن يستوثق من أن المعلومات التى جمعها تمثل الحقيقة، ويمكن للإنسان أن يؤكدها. وتسمى هذه العملية تقييم المعلومات، وهى من أهم أوجه عمل المندوب وأشدها تحدياً.

وأول ما يجب عليك هو أن تقيم المصدر؛ فلو أن ما تقوم بتغطيته حدث إخبارى، أعدته شخصية سياسية أو متحدث باسم جماعة.. وجب عليك أن تزن المعلومات التى تحصل عليها مقابل المصلحة الثابتة للمتحدث، أو قل مع خصم هذه المصلحة. وهذه المصلحة لا تعنى - بالضرورة - أن تكون المعلومات خاطئة أو محرفة. وإنما تعنى أنه يجب أن تنتبه إلى احتمال أن تكون المعلومات متحيزة، وأن المصدر يصبها فى ضوء باهر قدر استطاعته. ولهذا.. فإنه إذا أدلى العمدة ببيان يثنى فيه على إنجازاته.. فمن البديهى أن نتوقع أن يعزز بيانه بدليل قوى. ويأسى شاغلو المناصب العليا لحقيقة أن المندوبين يرفضون الثقة فى بياناتهم. ومن المؤكد أن عمل المندوب يصبح أسهل لو أنه صدق كل ما يقال له، ولكن التجربة علمت معظم الصحفيين أنه من المخاطرة وضع ثقة كاملة فى بيانات المسئولين السياسيين. ويحفل تاريخ الصحافة بقصص محزنة لمندوبين أفرطوا فى الثقة، كُذب عليهم أو زودوا بمعلومات متحيزة، أو أذاعوا ما تلقوه، دون تحريات مستقلة.

وإنى أقولها مرة أخرى إنه مما يليق تماماً بالصحفى أن يطلب من المسئول تقديم الدليل على صحة ما يقول .. ولابد أن يتم ذلك بهدوء واحترام دون عداء. ويستطيع المندوب أ ن

يطالب بالحقائق فى هدوء واصرار. وإذا بدا أن المسئول يتهرب.. فعليه أن يدفعه إلى الإجابة بأن يقول له «آسف يا سيدى، لا أعتقد أنك أجبت تماماً على سؤالى.»

وفى بعض الأحيان.. يقدم مصدر الأخبار معلومات متداخلة على نحو، تعلم أنه يصعب إجراء مونتاج له حتى يذاع فى التليفزيون. وعندئذ.. يحق لك تماماً أن تطلب إلى المصدر أن يعيد تقرير موقفه على نحو واضح مختصر: سيدى، هل يمكن أن تلخص ذلك فى ثلاثين ثانية؟ وغالباً ما يكون مثل هذا السؤال ضرورياً بالنسبة للتليفزيون؛ حيث يتعين أن تكون المادة صالحة للتصوير والمونتاج، والواقع أن هذا السؤال يمكن أن يلهم المصدر بلورة وجهات نظره، وإذا جاءت الإجابة الأولى مفككة بسبب بحث المصدر عن طريقة يشكل بها رده.. فإنه سيكون فى هذه المرة دقيقاً ومختصراً. وكما يبحث المندوب الصحفى عن فقرة جيدة فى حديث المصدر.. كذلك يفعل مندوب التليفزيون، ويفضل أن تكون قابلة للمونتاج.

ومن الأساليب المفيدة فى إختبار صحة البيانات هو أن يُواجَه المصدر بما يحتج به خصومه، ويطلب إليه الرد. ومرة أخرى أقول إنه من المهم أن تطرح هذه الأسئلة فى هدوء مع إيضاح أنك تسعى إلى المعلومات فقط ولا تنحاز لأى طرف.

وإلى جانب النظر فى نوعية المعلومات التلى تتلقاها من المصدر.. قيِّم الملابسات الشخصية للمصدر: باسم من يتحدث؟ ومن هم الذين يمثلهم؟ وفى بعض الأحيان تواجه بمنظمة ذات اسم رنان، ومتحدث فصيح، واضح اللفظ والنطق، ولكنها لا تضم إلا حفنة من الأعضاء.

ومن المناسب، بل من الضرورى، أن يطلب المندوب من المتحدث باسم الآخرين أن يقيم الدليل على أنه يتحدث باسم مجموعة معينة من الناس. وأن توجه إليه مثل هذه الأسئلة: كم عضو فى المنظمة التى تتحدث باسمها؟ ما عدد الاعضاء العاملين؟ كيف تم اختيارك لقيادتهم؟ ما النسبة المئوية للمنتمين إلى المنظمة ممن تقول إنك تمثلهم؟ هل هناك وجهات نظر أخرى داخل المنظمة؟

وتفيد هذه الأسئلة خصوصاً إذا كنت تغطى منطقة قريبة أو جماعة يصعب تحديد مصالحها. وغالباً ما تجد أن أشد أفراد المجتمع تطرفاً، هم الذين ينظمون ويجاهرون بالقول، فى حين تظل الأصوات المعتدلة صامتة. ولابد أن تزن صحة البيانات التى يطلقها من

ينصبون أنفسهم قادة للجماعات، فلعل الحقيقة أنهم يعبرون عن القلة وليس الكثرة. وإذا كان من الضرورى إذاعة هذه البيانات؛ فلتوضع فى إطارها الأشمل، مع محاولة موازنة الموضوع بإفساح المجال لوجهات النظر المضادة.

ومن الإغراءات الشديدة، الانجذاب إلى الشخص الأبهى طلعة، والألمع شخصية على أنه المتحدث باسم الجماعة، وفى هذا ما فيه من التبسيط الشديد؛ حيث لا يعكس الحقيقة الكاملة، كما أنه يدل على فقر صحفى.

ولا يصح أن يكون ذلك سندا للقول بأن المندوبين يجب أن يعزفوا عن أى جهد، فى كشف ما يفكر فيه المواطن العادى، وما يشعر به؛ فهو مجرد دلالة على الصعوبات التى تعترض معرفة الآراء الصحيحة، ذات الوزن التى تعبر عن المجموع. ومن الضرورى الوصول إلى شئ من التعريف العملى «للقائد»، ولعل أفضل الطرق أمانة فى هذا الشأن أن نبين عدد من يتحدث هذا القائد باسمهم فعلاً، وليس من يزعم أنه يمثلهم. إن الحقيقة وليس المظهر هو مايجب تقريره.

ويقبل كثير من المندوبين بارتياح إلى المتحدث المعتمد؛ بسبب صعوبة تحديد من يتحدث باسم المواطن العادى. إن مسئول الإعلام أو العلاقات العامة الذى يسمى إعزازا "Flaks" ومعناها الصواريخ المضادة للطائرات، يمثل مجموعات ومنظمات يمكن تحديدها. وغالباً ما يكون تحت تصرفهم المطبوعات التى تضم المعلومات والبيانات، ولديهم القدرة على تقديم خدمات ممتازة لمندوبى الصحافة والتليفزيون. وهم يسهلون حركة التعاون بين الصحافة والحكومة، أو بين الصحافة والمؤسسات الكبيرة، وكثير من الصحفيين يرحبون بهذا التيسير. والمتحدث الذى يلبس رداء السلطة الذى منحته إياه مؤسسته التى يمثلها، يصدر بيانات قد يمكن الاعتماد عليها..

أو قل هل تستطيع الاعتماد عليها؟

هب أن المتحدث هو مسئول الإعلام أو العلاقات العامة فى مؤسسة كبيرة. فهل يطلعك على كل شئ، أم أنه يطلعك على ما سمح له به؟ وإلى أى مدى هو عليم؟ إن من اللائق أن

تسأل هذا المتحدث عن مصدر معلوماته، وأن يوضح هل استقاها مباشرة من رئيس مجلس الإدارة أو رئيس المؤسسة، وهل هو على علم بأسرار عملية اتخاذ القرار؟

ومن المألوف لدى كبار المسئولين في الحكومة أو قطاع الأعمال أن يتجنبوا الاتصال المباشر مع المتحدث الصحفي، حتى يحتفظوا بفرصة الإنكار، بمعنى أنه لو اتضح ـ فيما بعد ـ أن المتحدث غالط الصحافة.. فإنهم يستطيعون نفي المسئولية؛ بحجة أنهم لم يخاطبوا هذا المتحدث مباشرة. وهي حيلة أنيقة يلجأ إليها قادة الحكومة ورؤساء الشركات، ورؤساء الجامعات والمؤسسات والاتحادات. وهذه الأساليب تجعل من الصعب على المندوب كشف الحقيقة، كما أنها تجعل من الصعب على الجمهور أن يميز بين ما يستحق التصديق وما هو هراء .. وهذا هو السبب في أن المندوب الجيد يحاول أن يتحدث مع رئيس المؤسسة؛ لأنه يشعر بعدم الارتياح إزاء المعلومات، التي يلتقطها من المتحدثين باسمه أو موظفي الإعلام.

وفضلاً عن ذلك.. فإن الصوت الواحد الذي يُخوَّل الحديث عن مؤسسة أو وكالة كبيرة، يعطي انطباعاً بالرأي الواحد، وهو ما يخالف الحقيقة في معظم الأحيان. ومن المؤكد أنك تتلقى وجهة النظر الرسمية، ثم تناقضها حيثما تشاء ووقتما تشاء، ولكن بشرط ألا تقتنع بأن مجرد الرفض يكفي لاستجلاء الحقيقة. حاول أن تفحص المعلومة فحصاً دقيقاً داخل المؤسسة نفسها، وابحث عن دليل لرأي مخالف. حاول أن تكتشف المجادلات الداخلية التي حدثت قبل اتخاذ الموقف الرسمي.

وباختصار.. فإنه على المندوب أن يقدم للجمهور أكثر من مجرد الأصوات الرسمية، إن هدف الصحافة الجيدة هو الإيضاح والتفسير وإلقاء الضوء والتعمق والفراسة.

ويتضح من كل هذا أنه يجب أن تكون يقظاً، وأن تنظر دائماً فيما تصدق أو تكذب. والحقيقة السيكولوجية هي أن الناس يفضلون أن يصدقوا ما يحبون أن يصدقوا، ويصممون آذانهم عن المعلومات التي تناقض معتقداتهم الراسخة. ومادام الأمر كذلك.. فلابد أن تضاعف حرصك على ألا تستبعد المعلومات، التي لا تريدها، أو التي لا تتوقع أن تتلقاها.

ولابد أن يتجنب المندوب التعصبات الشخصية؛ فإذا كان ينتمي إلى الطبقة الوسطى. فهل أكثر ميلاً إلى الثقة بالمتحدث الذي يستخدم لغة هذه الطبقة، ويرتدي زيها، مما يجعل

المندوب يشعر بالارتياح؟ وإذا كان أسوداً، فهل هو أكثر ميلاً إلى تصديق مصدر أسود عن المصدر الأبيض؛ لأنه يشعر بالانجذاب والألفة معه؟. يجب على المندوب أن يفصل رؤيته الاجتماعية الخاصة عن مقتضيات المهنة فى النظر إلى الناس والأحداث والمعلومات، دون تحيز.

والمندوب الذى يفتقد الحذر قد يقع ضحية المظهر، فهو بشر، وعامل الجاذبية من أكبر الفخاخ؛ فالمندوب يحب مصدر أخبار معيناً؛ مما يؤثر على رؤيته لما يقوله هذا المصدر أو يفعله، وقد يكره آخر؛ مما يؤثر سلباً فى تغطيته لأنشطته.

وقد تشعر المندوبة بتعاطف أقوى مع الأقل شأناً عن أصحاب السلطان والثروة. ومن هنا قد تميل إلى محاباة شكاوى السكان، وتسقط من حسابها دفاع الملاك، حتى عندما تتضح القصة الحقيقية، وأن المسئولية مشتركة. إن المندوبة التى ترى نفسها تقود حملة عنيفة دفاعاً عن طرف فى قضية، قد تبتعد عن الحقيقة، وهى فى نهاية الأمر لا تخدم من تدافع عنهم، ولا تخدم الجمهور.

إن الأجدر بالمندوب هو السعى وراء الحقيقة إنصافاً وعدلاً، مهما يكن الطرف الذى تصيبه شظاياها. وقد يكون من المفيد توجيه أسئلة قوية إلى مسئول الرعاية الاجتماعية الحكومى أو المالك .. فليتم ذلك دون تردد. وجه الأسئلة، ولابد من استخدام الأسلوب نفسه الذى يحدوه الشك والتساؤل مع من يتلقون هذه الرعاية، مع السكان. وهذا يعنى تناول الجميع، بشئ من الشك، والإحساس بأن البيانات التى تلقى فى التليفزيون تميل إلى الإعلاء الذاتى، مهما يكن المصدر.

إن المستفيد من برامج الرعاية الذى يشكو من القصور فى خدمته، يجب أن يخضع لأسلوب التقييم المهنى تماماً كرئيس إدارة الرعاية. ومن المدهش أنك كلما تعمقت فى البحث وتمسكت بالإنصاف والعدل فى مقابلاتك التى تجريها وبحثك الذى تقوم به، بدت الأمور أكثر تعقيداً.

وعلى سبيل المثال... أذاع مندوب تليفزيون موضوعاً عن جماعة من الناس، يعيشون فى صناديق من الورق المقوى فى ظل مبنى الكابيتول فى واشنطون. وشكا هؤلاء الناس من أنهم

أصبحوا بلا مأوى، بعد أن عزمت سلطات المدينة على إزالة مساكنهم، وادعوا أنه ليس هناك من يعنى بهم، وأنحوا باللائمة على سلطات المدينة القاسية قلوبهم. لقد كان موضوعاً إنسانياً قوياً مؤثراً. وبمجرد أن أذيع.. تحركت سلطات المدينة لتقديم المساعدات العاجلة، وبدا عند ذلك أن أخبار التليفزيون حققت إنجازاً اجتماعياً جيداً.

ومع ذلك.. فبعد أيام قلائل، قررت المندوبة التى أعدت الموضوع وأذاعته أن تتابعه، وانزعجت عندما رأت أن هؤلاء الناس لايزالون يعيشون فى صناديقهم. لقد رفضوا كل عروض المساعدة وآثروا مزايا سكناهم المتنقلة دون إيجار. ومغزى هذه القصة، كما روته المندوبة، أن البشر يمكن أن يقبلوا بعكس ما يطالبون به، وفى بعض الأحيان يفضل الناس طريقتهم الخاصة فى الحياة، على المساعدة التى يمكن أن تقدم لهم.

وبالنسبة للمندوبة التى تتمتع بغريزة طبيعية فى تفسير كل المشكلات الإنسانية، بالمفاهيم الاجتماعية العلمية.. فإن هذا النوع من الحقيقة له قيمته التعليمية والتثقيفية.. والواقع أن هناك مناسبات يتضح فيها أن الناس هم المسئولون عما يعانون من أزمات.

والتغطية الجيدة لا تكتفى بالقول أن، هذا هو الوضع ثم الاستهجان والاستبشاع. إن التغطية الجيدة تحاول أن تمسك بالأسباب، ويفشل كثير من التغطيات المحلية بسبب قصور الجهد فى الإيضاح، ووضع القضايا والأحداث فى إطارها الأوسع.

ولكى نضرب لذلك مثلاً.. أسوق هذه القصة التى تصلح نموذجاً، وقد حدثت فى مدينة نيويورك: حل الشتاء، والمياه تتجمد فى المساكن المقامة حول المدينة بسبب ضعف التدفئة. وفى بعض هذه المساكن لا توجد تدفئة على الإطلاق. مندوبة التليفزيون تجرى مقابلة مع سيدة عجوز، تجلس على سريرها، تحاول التماسك وقد التحفت بالمعاطف والبطاطين. وهى تحاول أن تدفئ مسكنها بشعلة الغاز فى موقد بالمطبخ، والصورة توضح المرأة وهى ترتجف، وتحاول جاهدة أن تستدفئ، وقطرات الماء فى الحمام قد تجمدت، والكآبة بادية ترسم صورة سيئة لمعاناة الإنسان وإهماله. ويقول ملاحظ البناء إن الغلاية تحطمت، ولا يعلم متى يتم إصلاحها. وتنتقل الكاميرا إلى الدور تحت الأرضى، وتلتقط عدة صور للغلاية السوداء القديمة التى يبدو أنها ماتت بالشيخوخة. وفى ختام البرنامج.. تقف المندوبة لتقول إنها حاولت الوصول إلى المالك أو وكيله، ولكنهما رفضا الاستجابة.

لقد ترك هذا الختام انطباعاً لدى المشاهد بأن المالك وحش شرير، يحب تجميد العجائز بينما يجمع ثروة من الإيجارات. قد يكون ذلك صحيحاً، ولكن المندوبة لم تثبته، وهذا النوع من التغطية يمثل نوعاً من التعامل مع الحقيقة فى تبسيط شديد: طيبون فى مواجهة أشرار، ولابد أن يكون المالك هو الفتى الشرير لأنه هو الذى يملك المبنى: فهل هذا صحيح؟

ربما .. ولكن يبدو أن القصة الحقيقية أكثر تعقيداً. وربما يتكشف الوضع أكثر بالتنقيب فى سجلات الضرائب والأرباح الخاصة بالمالك، والاستفسار تليفونياً من سلطات الإسكان فى المدينة. ومندوبى المالك. وبدلاً من الصورة السطحية لساكنة ترتجف من البرودة، والمالك «الشرير» .. فقد يظفر المندوب بقصة أكثر إيجابية واستثارة، «مؤداها» أنه قد أصبح من الصعب على بعض الملاك أن يقوموا بإصلاح بيوتهم؛ بسبب قيود الإيجارات والتضخم، وعجز بعض السكان عن دفع الإيجار، وتعذر طردهم بحكم القانون. ومن الطبيعى أن القصة - على هذا النحو - ليست على قدر الإثارة فى قصة المالك الشرير، وهى لا تفيد فى حل عاجل لمشكلة الساكنة التى تتعرض للتجمد، ولكنها تقدم المعلومات التى تلقى الضوء على الموقف. والمتابعة المجدية هنا يجب أن تقوم على طرح مثل هذه الأسئلة: كيف يمكن حل هذه المشكلة؟ من الذى يعمل على وضع هذه الحلول؟ من الذى يجب أن يكون مسئولاً عن الموازنة بين الحقوق والحاجات لأطراف الموضوع؟ وقد تسفر هذه الأسئلة الأساسية الموجهة إلى عمدة المدينة أو أقسام الشئون المدنية فى جامعات المدينة، عن عمل صحفى تليفزيونى رائع عامر بالفكر.

ومن الواضح أن توجيه الأسئلة السديدة هو أحد مفاتيح الحصول على معلومات جيدة نافعة وتقييمها بذكاء، والأسئلة السديدة ليست سطحية أو تافهة. إن معظم الأخبار ليست قضية الخير ضد الشر، ولكنها مسألة حقوق متصارعة. ولا يقل التليفزيون عن الصحافة شأناً فى تناول هذه الأمور، إذا تجنبت الميل إلى التبسيط الشديد؛ حيث تكون الحقيقة فى واقع الأمر أكثر تعقيداً.

ومن الطبيعى أن التبسيط هو أحد الوسائل التى يعمد إليها كل الصحفيين فى تغطية الأخبار؛ فلابد أن تعمل كجسر بين الحقيقة المعقدة، والمواطن الذى يفتقر إلى الخلفية، والمادة والأساليب الضرورية لتبسيط هذه الحقيقة. وأمامك مهمة صعبة غالباً فى إبراز الحقيقة المهمة من بين الحقائق المتاحة، وأيها يتصل بالموضوع المطروح. وعليك أن تتناول هذه الحقائق

وتعرضها بطريقة سهلة الفهم، على أن تضمن - فى الوقت نفسه - سماع الحقائق والآراء ووجهات النظر الأخرى. وعليك أن تتجنب تبسيط القضية إلى حد تقليصها إلى طرفين، فى حين أنها تضم - فى الحقيقة - عدة أطراف. إن الهدف هو التبسيط ولكن دون إسراف، وهو فارق يتضح للمندوب الجديد بمضى الوقت، والاهتمام بمبادئ الإنصاف والتوازن فى مادة الخبر. وهذه مشكلة يواجهها كل المندوبين، إلا أن عبئها أشد فى التليفزيون بسبب الإيجاز فى أخباره.

ويمكن أن تكون مشكلة مصداقية المعلومات شاقة عند تغطية الكوارث. إنك تتوقع أن تكون رواية شاهد العيان موثوق بها، إلا أنه غالباً ما يكون الأمر غير ذلك؛ فالمواطنون العاديون يمكن أن يكونوا قد شهدوا الوقائع بالفعل وهم فى حالة من الانزعاج؛ لذلك.. فقد يتصورون أشياء لم تحدث، أو يبالغون فيها، أو يتظاهرون بأنهم رأوا أشياء، وهم فى الحقيقة لم يروا شيئاً، وذلك لمجرد رغبتهم أن يظهروا فى التليفزيون. وإياك - تحت أى ظرف - أن تقلل من شأن هذا الدافع؛ فالظهور فى التليفزيون - عند بعض الناس - هو وسيلة للتفاخر وازدياد الأهمية؛ فإذا كانوا قريباً من الكارثة فسوف يؤلفون ويتزيدون ويصلون إلى حد الكذب، عندما تتجه إليهم الكاميرا.

وتستطيع إلى حدما أن تحمى نفسك من هؤلاء المختلقين بالتحرى قليلاً، قبل أن تبدأ تسجيل المقابلة: اسأل «الشاهد» أين كان يقف عندما وقع الحادث.. اسأله أن يشرح بالتفصيل بدلاً من التعميمات الغامضة، وابحث عن الدقة فيما يصف. ومن الأسئلة التى تفيد كثيراً: ماهو أول ما سمعت أو رأيت؟ ماذا حدث بعد ذلك؟ ماذا رأيت بالضبط؟ وليس أفضل لحماية نفسك، من أن تجمع عدداً من شهود العيان، إذا أمكن ذلك، وترى الجمهور التناقضات إن وجدت. إن الفحص الدقيق للدليل أمر حيوى جداً فى الصحافة.

ويميل مندوبو التليفزيون - خصوصاً المحليون - إلى تجنب الموضوعات الإحصائية المعقدة؛ لأنه من الصعب تشكيلها بالصورة. ويشكل هذا نوعاً من الإهمال الجسيم؛ لأن الأخبار المهمة جداً تعتمد على التقارير والإحصاءات. كما أن هذا الإعراض يضع المندوب فى مهب تلاعب مصدر الأخبار، الذى يدع الأرقام تقول ما يريده.

ويستطيع المندوب - باسم المواطن الواعى - أن يطرح أسئلة مثل: ماذا تقيس هذه الخرائط؟ هل تركز الإحصاءات على المسائل الصحيحة أم أنه مجرد قياس لأمور تقليدية؟ هل يقيسون ما يسهل قياسه، مع استبعاد الحقائق التى تفيد فى الوعى العام؟

وعلى سبيل المثال.. ففى هذا الوقت الذى يناقش فيه الاقتصاديون علناً نظريات اقتصادية تقليدية.. فإنه من المناسب تماماً للمندوب أن يسأل: هل يقيس إجمالى الناتج القومى كل انتاجية الشعب بما فى ذلك الأعمال المتبادلة غير المدفوعة الأجر، واالمساعدة الذاتية، وماإلى ذلك؟ ومن المناسب أن يسأل: هل يجب أن يقاس إنتاج الفرد بالساعة أم بالدولار (وحدة الأجر المدفوع)؟ ويجب أن يعرف المندوب الفرق بين المتوسط الإحصائى، والحد الأدنى. ولابد أن يعرف أن نتائج التقرير يمكن أن تنحرف طبقاً لأسلوب الحساب المختار. إن الإحصائيات يمكن أن تكذب، بل إنها تكذب، وسوف تكذب، طالما أن المندوبين يتقبلونها ويفشلون فى استخلاص المعلومات بعناية.

إن نقل التقارير والخرائط البيانية والإحصاءات إلى أخبار التليفزيون، تحتاج إلى مهارة كبيرة متعددة الجوانب. فلابد أن تستوعب تماماً المادة التى بين يديك، إذا أردت أن تحدد أبرزها، وأهم الفقرات التى تريد أن تلتقطها. ثم تبدأ العمل مع قسم الرسوم فى محطتك؛ لتصميم الموضوع؛ حتى يجمع بين الإفادة بالصورة والمعلومات الموضحة بشكل جيد.

ويمكن عرض المادة المطبوعة المختارة فى شكل فلاشات أو قراءتها، وهى تدور على الشاشة. ولابد أن يكون الخط واضحاً محدداً بدقة، والجمل مقسمة تقسيماً منطقياً. وإنه لفن رفيع أن تحول المادة الإحصائية الجافة إلى شئ، ينبض بالحياة على شاشة التليفزيون. ولما كان كثيرون جداً من أفراد الجمهور يلجأون الآن إلى التليفزيون، كمصدرهم الأساسى للأخبار.. فمن المهم تعريف الأخبار بأنها المعلومات، التى يحتاج الجمهور إلى معرفتها، حتى إذا كان من الصعب ترجمتها إلى صورمرئية.

ومن الواضح أن مندوب التكليفات العامة لايمكن أن يكون جيداً فى كل مجال، ولذلك.. فإنه من المهم أن تبنى مجموعة من الاتصالات، يمكن أن تلجأ إليها بسرعة؛ للمساعدة فى إيضاح المسائل المعقدة. ويمكن أن يكون هذا المصدر الخبير مندوباً آخر مخضرماً، وقد يكون أحد العاملين فى مجموعة مالية عامة، مع أن المجموعات المالية العامة تستطيع - فى بعض الأحيان - تحريف المعلومات كما يفعل بعض أعضاء المؤسسات. وسوف تحتاج إلى تطبيق المعايير النقدية على الأشخاص الذين تستخدمهم فى تفسير المواد المعقدة، ولكن عندما يظهر من يوثق به... فإنك تشعر بالأمان فى طلب مساعدته.

وفى مناسبات عديدة.. سيكون عليك أن تعد قائمة بالخبراء. ولكن أى خبراء؟ وكيف تعرّف الخبير؟ وسواء كان فى مجال العلوم الطبيعية، أو علم النفس، أو الشئون الاقتصادية أو السياسية، أو التعليم.. فإن من يعد خبيراً فى نظر أحد الناس قد يكون دجالاً فى نظر آخر. وقد يستشهد بشخص معين طوال سنوات كخبير حتى يقال إنه حجة، ومع ذلك فإن أوراق اعتماده وحكمته لم تتعرض لفحص دقيق حديث، كما أنه لم يبذل جهد لاكتشاف أفراد آخرين، قد يكونون أكثر علماً، وأجدر منه فى الاستشهاد بهم.

وفى قصاصات الصحف وسيلة لتحديد الخبراء بوضع هذه الصفة قرين اسمهم مرة، أو مرتين. ويلجأ مندوبو التليفزيون الذين يزج بهم فى موضوع جديد إلى الاسم المطبوع، وهم يشعرون بالأمان للاستشهاد به كخبير؛ لأن الصحيفة المحلية تقول ذلك. وربما يكون قد فاز بهذه الشهرة المبكرة بفضل أصدقائه فى الصحيفة، أو أنه كان بارعاً فى تزكية نفسه. وفى بعض الأحيان.. تتأكد هذه الخبرة لمجرد التكرار، وبهذا تحبس خبرات عديدة أخرى بديلة.

ومن الطبيعى أن يفضل المواطن فى عالم معقد أن تصله المعلومات مبسطة، وعلى نحو يعتد به. وبالقطع يحاول المندوبون تزويد المواطنين بما يحتاجونه. ومن مهام المندوب أن يدخل شيئاً من النظام والترتيب، وأن يجد معنى فى الأحداث والقضايا، التى تتسم بالارتباك والفوضى. وها هو شارلى كاندور Charlie Candor بوجهه الأمين وصوته الواثق يقول للجمهور: كيف يكون ذلك؟ فمن كل المواد المتاحة يقتطف زهراتها ويصوغها فى موضوع كامل، ثم يأتى الخبير ذو الشعر الفضى دكتور دوجما Dogma يلقى تأكيداته : لماذا يذهب المندوب إلى أبعد مما يقوله الخبير، مادام ما يقوله مريح وجيد الصياغة؟

لماذا فعلاً؟ لأن الخبير غالباً ما يعارض، وحقيقته ليست أكثر قداسة أو كمالاً عن أى شخص آخر. ولو ادعى المندوبون غير ذلك.. فإنهم يسيئون خدمة الجمهور. إن هدف الأخبار هو إعلام الناس إعلاماً حقيقياً كاملاً بقدر الإمكان، وليس مجرد شذرات بسيطة. ولن يخلد المندوب الحريص إلى الأسرع والأسهل والسطحى، ولكنه سيسعى إلى أصوات أكثر، ويستطلع آراء أكثر لأنه يندر أن تكون الحقيقة خالصة وبسيطة، يكفى فيها قول خبير واحد.

وختاماً... نقول إن تقييم المعلومات يتطلب أن تكون ملماً بالأنماط الجديدة للمعلومات؛ فمثلاً من الواضح إن اثنين مضافاً إليهما اثنين يكونان أربعة، ولكن، هل هذا فى واقع الحياة

هو كل شئ؟ وعلى سبيل المثال : عندما تغطى حدثاً سياسياً، قد يختلف سياسى أو سياسيان اختلافاً شديداً مع زعيم حزبهما. فهل هما مشاغبان، أم أن موقفهما يمثل علامة مبكرة على تذمر أو تحول عام؟ هل تكتفى بالقول إن هناك سياسيين يقولان أشياء، تختلف عن الخط الرسمى للحزب؟ أم تنقب عن دليل ممكن يفيد أن هذا هو ما ظهر على السطح من محاولات أعمق للتغيير؟ وأيهما أفضل صحفياً .. إن اثنين + اثنين = أربعة، أم أنهما قد يشيران إلى تطورات على جانب أكبر من الأهمية، انشقاق فى هيمنة الحزب؟.

وبالرغم من أن تغطية أخبار التليفزيون تحتاج إلى جهد كثير من مندوبيها فى السيطرة على المعلومات المصورة، وتوجيه فرق التصوير، وتعبئة الموضوعات.. فإنه لايمكن إعفاؤهم من مسئوليتهم إزاء المستويات الصحفية الأعلى. ويستطيع المندوب الذى يبذل عناية كافية، أن يرفض الاكتفاء بالحقائق السطحية، بل ينقل إلى المشاهد إطار الحدث ومعناه وتفسيره وعمقه.

الفصل العاشر

كيف تغطى خطاباً أو مؤتمراً صحفياً أو جلسة استماع

إن الخطب والمؤتمرات الصحفية والاستجوابات هى غذاء رجال الصحافة الأساسى. وهذه أحداث إخبارية مرئية (مخططة) قد تفوق غيرها فى الأهمية الإخبارية. ونستطيع بفضل قليل من الإجراءات الأساسية أن تتحرر من الجوانب الروتينية لهذا العمل، وتركز على تقييم المعلومات وتشكيل الخبر.

وفى معظم الحالات.. يمكن الحصول على الخطاب أو الشهادة (فى جلسات الاستماع) سلفاً. وباتصال تليفونى سريع مع السكرتير الصحفى للمسئول.. تستطيع أن تعرف متى تحصل على هذه المادة. وتستطيع - كما جرت العادة - أن تحصل على الخطاب أو الشهادة مطبوعة، فى المكان الذى ستلقى فيه قبل أن تبدأ المراسم. حاول الوصول قبل بداية المناسبة بوقت كاف، حتى تتمكن من قراءة نص الخطاب أو الشهادة.

وسيكون للقراءة هدفان، أولاً المادة ككل: ما الذى يركز عليه الخطاب؟ هل فيه جديد وله قيمة إخبارية؟ هل له وزن؟ هل له أهمية أكبر؟ إذا كانت الإجابة بنعم، اقرأ الخطاب مرة ثانية. والهدف هذه المرة هو البحث عن نقاط جوهرية محددة، توضح - كأعظم ما يكون التوضيح - النقطة التى يريدها المتحدث. ضع علامة واضحة عند هذه الفقرات، وتستطيع من عدد كلماتها أن تحدد زمنها كفقرات بالصوت. وهكذا .. تحدد سلفاً أجزاء الخطاب التى تريد من مصورك التقاطها. وعندما يقترب المتحدث من هذه الأجزاء .. إعط إشارةمناسبة

لمصورك لتسجيل الجمل الأخيرة من الفقرة السابقة ثم الفقرة التى تريدها، واسمح له أن يستمر فى التسجيل لبعض الجمل التالية. ويضمن تشغيل الكاميرا فى وقت مبكر قليلاً، أن تكون مستعداً لتسجيل الفقرة المقصودة، كما أن استمرارها فى التسجيل بعد هذه الفقرة جملة أو جملتين يساعد فى المونتاج.

استخدم إشارات خاصة محددة مع مصورك فى هذه الظروف، فإذا كنت إلى جانب الكاميرا.. فإن نقرة خفيفة على كتف المصور يمكن أن تشير إلى البدء ثم النهاية، وإذا كنت تجلس بين المدعوين.. ارفع يدك وأفرك أصبعيك أو استدر وأومئ إلى المصور.

والهدف هو أن تؤمن نفسك فى تغطية الخطاب بتسجيل فقراته الأكثر فائدة؛ فإذا لم تسفر الأسئلة التى تطرح بعد الخطاب عن فائدة أكبر، تكون قد حصلت على الموضوع الأساسى على الأقل.

وثمة فائدة أخرى تجنيها من وراء تحديد الفقرات التى تريد أن تسجلها، ألا وهى إطلاق سراح المصور لالتقاط بعض الصور الجانبية. وهنا يرفع المصور الكاميرا من فوق الحامل ويضعها على كتفه، ويتحرك بها فى حرية. وهذه اللقطات الجانبية ـ أو قل التحويلية ـ تشمل الحاضرين وهم يستمعون من زوايا مختلفة، بعضها من خلف المتحدث نفسه، ومندوب المحطة وهو يتابع الخطاب أو يسجل ملاحظاته، وآلات التصوير الأخرى وهى تسجل الحدث.

وهناك فخ واحد محتمل فى كل هذا؛ وهو أنه أحياناً يكون النص الموزع مجرد منطلقات للمتحدث يرتجل بعدها، وقد يستطرد بعيداً؛ ليمس نقاطاً مهمة. وفى هذه الحالة.. غالباً ماتكون الاستطرادات أهم من النص المكتوب. وهنا أنبه إلى ضرورة تجنب عدم الاكتراث بهذا الموقف الجديد، والاعتماد فقط على بعض فقرات الخطاب المكتوب. تابع النص أثناء إلقاء الخطاب؛ للتأكد من أن المتحدث لا يخرج عنه، وكلما خرج عن هذا النص.. استمع جيداً، واطلب من المصور تسجيل ما يقول، وضع فى نسختك علامات عند هذا الانعطاف عن النص.

وفى بعض الأحيان.. يقرر المتحدث اختصار الإلقاء، ويحيل المندوبين إلى النص المكتوب. فإذا كانت الفقرات المهمة التى حددتها لم تسجل بصوت المتحدث، أشر إليها فى تعليقك، أو حاول أن تحصل عليها بشكل مختلف، خلال الأسئلة والأجوبة التى تعقب إلقاء الخطاب.

ولنفرض أن لدى المتحدث أشياء مهمة يقولها، إلا أنه لا يحسن ذلك، إذ يغمغم ويمضغ الحروف ويخفض رأسه، ويستخدم لغة ثقيلة اللفظ، ويشتت الأفكار ويبلبلها. فهل تقول لنفسك «هذا خبر لا فائدة منه؟» إن بعض المندوبين يصيبهم الملل من الموضوع؛ لأن المتحدث ليس مثيراً. ومع ذلك فلو أن مايقال على قدر كاف من الأهمية.. فإن عليك أن تجد وسيلة لعرضه تجذب المشاهد وتحظى باهتمامه، وإذا احتاج المواطن هذه المعلومات وحق له أن يعرفها.. تصبح مسألة تنطع المتحدث ومله أمراً ثانوياً.

كيف لك إذن أن تحول حجراً إلى شئ يتلألأ؟ انتظر حتى تبدأ الأسئلة والأجوبة التى تعقب إلقاء الخطب والمؤتمرات الصحفية. (وسنعالج موضوع الاستجوابات العلنية فيما بعد). فبينما يلقى المتحدث ملاحظاته.. عليك أن تفكر فى الوسائل التى تمكنك من الحصول على المعلومات التى تريدها، على أفضل نحو يخدم التغطية الإخبارية التليفزيونية. ضع للمتحدث سؤالاً أو سؤالين فيهما من القوة والإثارة ما يجعل عيناه تلمعان وتتقدان. وإنى أنبه هنا ألا تكون الأسئلة من نوع نعم أم لا؛ لأن الرد المحتمل سيكون بنعم أو لا، وليس البيان الشافى الذى تبحث عنه. والأسئلة الأفضل هى التى تستند إلى النص المعد؛ فهى تحقق المتابعة مثل: لماذا؟ أو كيف تعلل..؟ كيف تفسر؟

هناك أسلوب آخر يسمونه دفاع الشيطان، يعتمد على أن تقول له «إن خصمك يقول كذا وكذا، ما ردكم على هذه الاتهامات؟ وهكذا يرفع المصدر رأسه من مادته المعدة سلفاً، وينظر إليك وإلى الحاضرين، ولعل وجهه يتحرك وترتسم عليه ردود الفعل. وقبل أن تطرح سؤالك.. تأكد من أن كاميرتك تدور وتسجل السؤال ورد فعله على وجه المسئول وكذلك الإجابة، ويجب أن يكون الميكروفون فى يدك أو فى عنقك؛ حتى تضمن أن تسجل الكاميرا السؤال والجواب.

وهنا تنشأ مشكلة؛ فإذا استطعت أن تظفر بإجابة جيدة من المتحدث.. فلن تنفرد بها كاميرتك؛ إذ سيحصل عليها منافسوك من المحطات الأخرى. والحقيقة أنك بهذا تؤدى لهم عملهم. وسيحذف منافسوك سؤالك، ويستخدمون الإجابة وحدها، وكأن مندوبهم الهمام هو الذى أدى العمل، وقد لا يؤثر هذا كثيراً إلا إذا كنت غيوراً على عملك، وتريد أن تستأثر به.

ومن الحلول أن تدخر أفضل أسئلتك حتى ينتهي الخطاب وما يعقبه من أسئلة وأجوبة، وليتحرك فريق التصوير وهو مستعد لتسجيل مقابلة تقتصر عليك والمتحدث. وهنا يمكن أن تنفرد بطرح أسئلتك والقيام بالمتابعة اللازمة، ولا يعارض بعض المتحدثين في ذلك. وقد يحيط بكبار المسئولين حراس أمن لمنع المندوبين من الاقتراب؛ لذا يجب أن تبذل قصارى ماتستطيع لاستمالة المتحدث حتى يمنحك دقائق قليلة، ولكن تجنب الاقتحام إذا رفض طلبك.

وخلاصة القول.. كن يقظاً للاحتمالات المختلفة التي تحيط بالموضوع، ولا تيأس مهما تكن الوقائع الأساسية غير مبشرة. وإذا كان الموضوع كله ثقيل الظل برغم قيمته الإخبارية؛ فقد ترغب في أن تأخذ فريق التصوير إلى المشهد الطبيعي للموضوع، مساكن تحت الإنشاء إذا كان الموضوع متعلقاً بالإسكان، أو قسم بوليس إذا كان متعلقاً بالجريمة، وهكذا... وبمعنى آخر وضح بالصورة ما يتناوله المتحدث، مستخدماً المعلومات الواردة في الخطاب أو المؤتمر الصحفي كنقاط انطلاق للموضوع المصور. وعليك أيضاً أن تسعى للقاء من يتخذون آراء أخرى مخالفة، إذا أتاح الموضوع ذلك. ويمكنك، قبل القاء الخطاب أو في أثنائه أن تتصل بمكتب الأخبار في محطتك؛ لترتيب لقاء في الموضوع تجريه، بعد انتهاء الخطاب أو المؤتمر الصحفي.

وفي بعض الأحيان.. يقتصر الأمر على مجريات الحدث نفسه. وإذا اعتزمت تسجيل مقدمة الموضوع على مسرحه.. فلابد أن تكتبها خلال القاء الخطاب. ويسجل المندوبون المدربون مقدمات أخبارهم في موقع الحدث، خلال تتابعه أو لحظة انتهائه. ويعطي هذا للتقرير الإخباري بعداً مسرحياً درامياً؛ إذ يظهر المندوب وهو يفسر ما يحدث أمام المشاهد. وإذا أردت أن تسجل مقدمتك خلال المؤتمر الصحفي أو الخطاب تجنب أن تعوق سير الحدث. قف في نهاية القاعة وظهرك إلى المنصة، وتحدث بصوت منخفض في الميكروفون مباشرة. وأحياناً يصبح تسجيل المقدمة في مسرح الحدث أمراً ضرورياً بسبب ضغط عنصر الوقت؛ فلعل الموعد النهائي يقترب... أو أن يكلف فريق التصوير بخبر آخر، وهي دائماً فكرة حسنة أن تعد المقدمة في وقت مبكر قدر الإمكان؛ فقد يُستدعى المصورون أو تُستدعى أنت إلى تكليف آخر، وهكذا .. تتكامل لديك على شريط الفيديو عناصر الخبر.

ولنفترض أن هناك خطاباً أو مؤتمراً صحفياً، وأن هناك عدداً من الحاضرين يعوق سير الوقائع .. افترض أنهم يثورون غضباً، ويصيحون بالأسئلة، ويحاولون إزعاج المتحدث الرسمى. هل يمكنك أن تقاوم الرغبة فى أن تجعل هذه المقاطعة محور الخبر؟

لابد أن تكون على دراية بأن هذا الأسلوب أصبح متنامياً عند بعض الناس ممن يعرفون كيف يعزفون على الأوتار الدرامية التى يميل اليها التليفزيون. إن المحتجين يريدون لفت الأنظار بعيداً عن المتحدث حتى يصمت. ولما كانوا لا يستطيعون حرمانه من حقه القانونى فى التحدث بحرية .. فإنهم يحاولون إسكانه وإفساد الاجتماع، ويلجأون إلى كل الوسائل لجذب الكاميرا ناحيتهم، بعيداً عن المنصة.

وقد تكون شكواهم حقيقية، وأن هذا الاحتجاج مجرد وسيلة للتعبير العلنى عن همومهم وأحزانهم. إذن .. لابد للمندوب أن يزن كل هذه الاحتمالات، وأن يحذر أن يستخدمه المتحدث الرسمى أو المنشقون لصالحهم: كيف إذن يعالج الموضوع؟

إن شخصاً واحداً أو شخصين يمكن أن يثيرا ضجة تفسد سير المناسبة، حتى لو شارك فى ذلك عشرات من الأشخاص. اسأل نفسك: هل هؤلاء يمثلون قطاعاً أوسع من السكان، أم أنهم منشقون يستمتعون بإحداث الجلبة؟ هل هذا الغضب حقيقى أم مصطنع؟ هل صحيح ويقوم على الشكوى من شخص بعينه، أم أنها شكوى ضد الجميع؟ إن هذه أسئلة عسرة، حاول أن تجيب عليها؛ لأنه على الإجابة تتوقف القصة النهائية.

وعلى سبيل المثال .. لو اخترت أن يكون مدخل الموضوع أن العمدة قد تحدث إلى جماعة من المواطنين، وقال كذا وكذا، فسيكون هناك تسجيل بالفيديو لبعض ما قاله العمدة، ثم لقطة للشغب أو المقاطعة التى حدثت، ثم عودة إلى المسائل الأساسية التى أثارها العمدة .. لقد عرضت المقاطعة، ولكن فى حيز ضيق.

وإذا ظننت أن للمحتجين قضية حقيقية .. فإنك تستطيع - بعد أن ينفض الاجتماع - أن تجرى مقابلات معهم؛ لإعطائهم فرصة لعرض قضيتهم وتوجيه أسئلة استطلاعية قوية اليهم. واليك بعض هذه الأسئلة: ما هى على وجه التحديد شكواكم من العمدة؟ وماذا تنتظرون منه أن يفعل بالضبط؟ وبمعنى آخر .. فإنك ستحاول أن تلقى الضوء على المسائل، التى تسبب

انقساماً بين المواطنين والعمدة؛ بدلاً من جو المشاحنة الساخن الذى لا قضية فيه، والذى لا يفيد شيئاً أكثر من أن مجموعة من الناس غاضبون، وأنهم عبروا عن ذلك فى لقاء عام. وإذا أثبتت مقابلاتك معهم أن لهم قضية حقيقية.. فسيكون مدخل الخبر أن العمدة ذهب إلى الناس؛ ليقول لهم كذا وكذا.. إلا أنه قوبل بمجموعة احتجاج تطالبه بأن يفعل شيئاً أخر. ولابد أن يتيح الخبر للعمدة فرصة الإدلاء برأيه. ثم الأنتقال بسرعة نحو المواجهة التى تمت فى القاعة، والمقابلات التى أجريت عقب الاجتماع مع هؤلاء الناس، الذين يطرحون هموماً معينة. وحتى يكتمل الموضوع.. فقد يقتضى الأمر الحصول على بعض التعليق من العمدة أو بلدية المدينة عن هذه الهموم، ولابد من محاولة إنجاز ذلك.

ومما سبق.. تستطيع أن تتبين أن المندوب ليس مجرد ممر للمعلومات أو الأحداث، ولابد أن يتخذ مواقف مهنية غاية فى المهارة، وألا يسمح لنفسه بأن يستمال هنا أو هناك، أو أن تستحوذ عليه الأساليب المدبرة والإغراءات.

وقد يبدى بعض مديرى الأخبار ومنتجيها رأيهم بأن المحطات المنافسة استخدمت صورة مفعمة بالحيوية للمقاطعات، والشغب الذى حدث فى الاجتماع، ويلومونك لاتباعك أسلوبا آخر. كن مستعداً للدفاع عن قرارك، على أساس الالتزام بالأمان والمبدأ العريق.

ومن المناسبات المهمة للتغطية الإخبارية، جلسات الاستجواب العلنية (وتسمى فى بعض الأحيان جلسات الاستماع). وكما يحدث فى الخطب والمؤتمرات الصحفية.. تأكد من أن بين يديك كل المواد المتاحة قبل بدء الجلسة. وخلال هذه الجلسة.. لن تكون الأسئلة والأجوبة بين الصحافة ومصدر الأخبار، ولكن بين المسئولين الذين نظموا الجلسة والمُسْتَجْوَبْ.

ويتطلب العمل فى تغطية مثل هذه الجلسات درجة عالية من الانتباه والتركيز من المندوب وفريق التصوير. ففى أية لحظة قد يحدث حوار حيوى، يشكل لب الموضوع كله ويأخذ فيه مكان الصدارة، لا تسجل الجلسة بأسرها. استمع إلى كل سؤال؛ فإذا بشر أحدها بإجابة مثمرة.. اطلب من المصور أن يسجل. ستكون هناك بدايات متفرقة غير قيمة، وأشياء مملة؛ حيث تتوقع ظهور شئ مفيد، إلا أنه لا راحة ولا اطمئنان فى متابعة هذا النوع من الموضوعات.

والاستعداد المبكر يفيد كثيراً؛ فإذا كنت تعلم سلفاً أنك ستكلف بتغطية جلسة استجواب.. فإنه من المفيد أن تتصل تليفونياً بالمسئولين المشاركين فيه. استطلع من رئيس الجلسة، مثلاً، مايريده تحديداً، وما ينتظر أن يعرفه من شهادة المستجوب والأسئلة التى يعتزم توجيهها. ولو علمت أقدر شخص فى اللجنة على توجيه الأسئلة وإدارة الإستجواب.. فإنك تستطيع أن توجه كاميرتك إليه عندما يبدأ الاستجواب. وبمعنى آخر.. إذا كنت على علاقة مع المسئولين فى هذه اللجنة، وتعرف أيهم استعد لها، وأيهم أشد حرصاً عليها، أو أيهم أشد احتمالاً للتحدى.. فستكون جاهزاً للتنبوء بمن هم الجديرون بالتغطية الإخبارية فى إدارة الاستجواب.

سجل ملاحظاتك خلال الاستجواب، ودون الأشياء المهمة التى لم تسجلها الكاميرا؛ إذ إنها يمكن أن تفيدك فى المقدمة؛ فقد تستطيع أن تستخرج منها جملة إخبارية أو فقرة مفيدة تلخص المناسبة، أو تضعها فى الإطار الصحيح.

وكما هو الحال فى أى تكليف صحفى آخر، رتب أسئلة رئيسية إن لم تكن للمستجوب، ففى رأسك؛ فقد تتساءل: لماذا دُعى إلى هذه الجلسة؟ وما الذى تطمع اللجنة فى إنجازه من ورائها؟ وأى أحداث أدت إليها؟ ولماذا استُدعىَ هذا الشاهد على وجه الخصوص؟ إلى أى مدى تصح القضية التى عرضها؟ هل كان الاستجواب حاداً وقيماً، أم أن أعضاء اللجنة يراعون أغراضاً سياسية؟ هل أدى أعضاء اللجنة واجبهم؟ وهل كانوا يحاولون الوصول إلى الحقائق، أم أنها كانت محاولة لتهدئة الرأى العام؟

وتساعد الإجابة على هذه الأسئلة وغيرها فى تحديد الشكل النهائى للخبر. ومقدمة الخبر التى يكتبها المندوب لمذيع النشرة، إما: أن تتضمن أنها كانت جلسة استماع تستحق النظر الجاد وتفيد الجمهور، أو أنها كانت سيركاً سياسياً، أكثر منها محاولة لوضع تشريع أو تغيير فى الدستور. ومرة أخرى أقول استعمل الذكاء المهنى ومنهج الشك فى تناول الموضوع والمادة المتاحة أمامك. لا توجد موضوعية مطلقة فى التغطية الإخبارية؛ لأن اختيار ما يؤخذ ومايستبعد يعنى - ببساطة ووضوح - أنك تتدخل فى التغطية، ولكن هذا التدخل ينبغى أن يكون مهنياً، عادلاً، غير منحاز أو متعصب.

وقد يحدث أحياناً أنك تود توجيه بعض الأسئلة إلى الشاهد أمام الكاميرا .. ويقتضى ذلك الانتظار فى الممر المؤدى إلى القاعة بعد الجلسة، أو خلال فترة تناول الغداء . وفى هذه

الحالة.. تتقدم بالكاميرا عند باب الخروج لالتقاط الشاهد، ودعوته للإجابة على بعض الأسئلة. ولابد أن تكون مستعداً بأسئلة استطلاعية جيدة قليلة، تنتقل منها بسرعة إلى لب الموضوع. وغالباً ما لا يسعد الشاهد بالمقابلة، وينصرف بعد السؤال الأول أو الثانى، ولهذا.. تحرك بسرعة نحو صلب الموضوع.

وكما سبق أن قلت.. فإن الخطب والمؤتمرات الصحفية، وجلسات الاستماع أو الاستجواب عناصر أساسية فى أى نشاط إخبارى. وقد تبدو على السطح أحداثاً غير مثيرة لا تثير كثيراً من حماس المندوبين، الذين يفضلون التكليفات الأشد إثارة والأغنى صورة. ومع ذلك.. فإن هذه المناسبات غالباً ما تنطوى على مسائل ذات أهمية وقيمة إخبارية كبيرة، وعندما يتناولها مندوب التليفزيون بذكاء ومهارة، وقدرة على الاستنتاج.. فإنها يمكن أن تسفر عن معلومات ذات أهمية خاصة، وفائدة حقيقية لجمهور المشاهدين.

الفصل الحادى عشر

تغطيـة مظاهـرة

تلقننا إعلانات التليفزيون فيما يبدو حكمة شائعة أن بخة واحدة من عطر معين، أو استخدام معجون أسنان معين كل يوم سوف يجلب الحب وراحة البال الدائمة. ونحن نشاهد الإعلانات ونعلم أن هذا هراء، ولكننا نشترى هذه الأشياء.

وفى معظم البرامج الترفيهية.. تكون الرسالة على هذا المستوى من الذكاء .. فعندما تواجهنا مشكلة خطيرة يقال لنا إن الحلول واضحة، ويتم ذلك خلال ساعة أو نصف ساعة؛ فيستطيع الإنسان أن يلجأ إلى الطلاق أو القتل مثلاً لحل المشكلة.

إن التليفزيون أداة ناقصة، لا تصلح للتفكير وللمداولات الصبورة المرهقة اللازمة لحل المشكلات الحقيقية، التى تواجه أناساً حقيقيين. ويقوم التليفزيون - كوسيلة درامية - بتجريد الحقيقة من الروتين والملل، ويقدم صورة لنجاح تاجر، أو حلاً عاجلاً لعقدة، فى حين أن التقلب والفشل غالباً ما يكتنفان الناس فى واقع حياتهم.

وفى قصة كتبها إدوين كيستر الصغير Edwin Keister Jr. فى دليل التليفزيون قال، فيها : فى الرابع عشر من أغسطس عام ١٩٨٢، عقد جورج ماكورميك، وهو ضابط فى شرطة لوس أنجلوس، مقارنة بين عمله فى الحقيقة، وعرض نموذجى «للعسكر والحرامية» فى التليفزيون، فقال: «أيها الأولاد إنكم تستطيعون إنجاز ما أعمله فى عام كامل فى ساعة واحدة. ويقول الناس: لماذا لا يستطيع البوليس الحقيقى أن يكون كذلك». إنهم لا يعرفون أن شخصاً ما هو الذى يكتب النص الذى يمثَّل، فيتحقق ما يرونه كأنه الواقع».

ونص ماكورميك يقول «فى بعض الأحيان يمر يوم كامل دون أن أستدعى، وفى أيام أخرى لا تتوقف الاستدعاءات. ولقد عرف أحد زملائى السابقين مهمة رجل الشرطة أبلغ تعريف، حين قال «ساعات من السأم، تتخللها دقائق من الرعب الشديد».

ولا يتوقف قصور التليفزيون فى نقل الحقيقة عند الإعلانات أو الأعمال الدرامية وحدهما. فهو يصيب أخبار التليفزيون أيضاً؛ حيث يكون توقع الناس للحقيقة أكبر مما يحدث بالفعل؛ فالحاجة إلى العرض المصور والإيجاز تحد من قدرة أخبار التليفزيون على تبسيط التعقيدات فى قضايا معينة أو تناولها بعمق، وليس من الضرورى أن تؤدى البرامج الأطول إلى عمق أكبر. والاتجاه السائد فى المحطات المحلية - حيث يتوفر الآن مزيد من الوقت - هو استخدامه لبث مزيد من الأخبار ومزيد من الترفيه؛ بدلاً من زيادة الإيضاح والتفسير وعرض خلفيات الأخبار.

وإنه لمن دواعى السخرية أن المواطنين يتجهون فى الحصول على المعلومات إلى وسيلة، تتعامل مع الصور المبسطة، فى وقت يزداد فيه تعقد المشكلات الاجتماعية والاقتصادية وتزداد الصعوبة فى حلها. ولو أمكن رصد الصواب والخطأ، فى الواقع الحى للتليفزيون.. فإن كيفية التصرف فيه تتسم بالتخبط والصعوبة، ونحن فى الصراع ى الحق، وما يترتب على ذلك من نضال. ويميل التليفزيون - فى إيجازه - إلى تبسيط يا المعقدة، ذات الأوجه المتعددة فتصبح وكأنها صراع بين أولاد طيبين وآخرين أشرار، بهذا يهيئون جواً يكون فيه المشاهدون، غير راغبين فى الاعتراف بالحلول الوسط اللازمة للعدالة والسلام الاجتماعى أو قبولها.

ويوضح هذه النقطة، اللجوء المستمر إلى المظاهرات كملتقى عام فى المشكلات المعقدة، يقع التليفزيون تحت إغراء هذه الأحداث؛ إذ تجمع بين الدراما والتسلية. والمظاهرة المنظمة ى حدث معد تماماً كالمؤتمر الصحفى؛ فكلاهما يستهدف جذب انتباه وسائل الإعلام.

والجاذبية فى المظاهرات أمر واضح؛ فهى مثيرة من ناحية الصورة. كتل من البشر ترفع ات أيديها تصيح وتغلى وتشكل الحدث الدرامى وألوانه. هناك عاطفة وانفعال؛ فالمظاهرة للغاضبين والمحبطين إطلاق مشاعرهم المكبوتة، ثم إن المظاهرات تبسط الأمور، وتريح ى الأخبار من صداع الكلمات فى المجالس وقاعات الاستجواب.

والذين ينظمون المظاهرات لا تخفى عليهم جاذبيتها للمؤسسات الإخبارية، وسوف يتأكد المنظمون من أن المحطات المحلية تعلم مكان وموعد المظاهرة. وليس من الضرورى أن تكون المظاهرة جادة، أو تمثل قطاعاً واسعاً من الرأى العام؛ حتى تجذب التغطية الإخبارية فمادامت مفعمة بالحيوية وذات وجه مسرحى، ومثيرة، فللمتظاهرين أن يطمئنوا إلى وجود الكاميرا.

وتنظم مظاهرات كثيرة، على أساس أنها الوسيلة الوحيدة للفت اهتمام وسائل الإعلام.

وحتى مع الاعتراف بأن مشكلاتهم وتفاقماتها يمكن أن تُشرَح على النحو الأفضل فى اللقاءات الهادئة الواعية، إلا أن المنظمين يتجهون إلى المظاهرات كوسيلة وحيدة، لا يرون غيرها لإسماع صوتهم.. إنهم يلجأون إلى هذا الخطاب الحر المفعم بالانفعال والمواجهة، فى حين أن الاهتمام الواعى المبكر من جانب المندوبين، كان يكفى لإدارة حوار معتدل، معقول وبناء.

ونتيجة لذلك.. فالجميع يفعلونها : الكبار والمعوقون، والمنحدرون من أصل بورتوريكى، والكروات، والمحتجون على الحرب النووية، وجين فوندا والمزارعون، والأمهات، وعمال البناء، والعاطلون والمستأجرون، إلى آخر قائمة لا تنتهى. وكلما تنافرت الأصوات.. فقدت المظاهرات فاعليتها فى إثارة الرأى العام أو تحديد الاستجابة الرسمية. أما بالنسبة لمشاهد التليفزيون.. فإنها تصبح مجرد عرض خارجى، يتابعه بشغف أحياناً، ودون أن يعيره اهتمامه فى أحيان أخرى، ثم ينساه فى كل الأحوال.

وهناك أسباب عديدة وراء فشل التليفزيون المحلى فى تغطية قضايا معينة، قبل أن يشعر المواطنون بحاجتهم إلى التظاهر، يرجع أولها إلى وزن المندوب الذى تستخدمه بعض المحطات الصغيرة والكبيرة؛ حيث يتفوق المظهر والقدرة الدرامية وسحر الشخصية على الالتزام بحاجات المجتمع المحلى وفهمها. ولابد أن ينعكس هذا التركيز المظهرى على المنتج الإخبارى فى النهاية، وتصبح مسألة وجود مصادر للمندوب فى هذا المجتمع، وأن يكون موضع ثقتها، واحترامه أمراً ثانوياً بالقياس إلى شخصيته على الهواء وكيف يبدو. وكثير

مايستعان بمندوبين من خارج المنطقة، يفتقرون إلى المعرفة بها والرؤية العميقة فيها، والاتصالات الضرورية التى تجعل منهم صحفيين محليين جديرين.

وحتى عندما يتاح للمندوب الوقت الكافى لتكوين الاهتمام المطلوب والاتصالات مع المجموعات المحلية.. فمن المحتمل ألا يبقى طويلاً فى محطة محلية معينة، فهناك عملية تنقلات مستمرة للعاملين فى أخبار التليفزيون المحلى. فلا يكاد المندوبون يعرفون اسم العمدة المحلى أو الحركة فى شوارع المدينة.. حتى ينتقلون إلى محطة أخرى، فى مدينة أخرى سعياً وراء أجر أعلى، وجمهور أوسع من المشاهدين. وبسبب هذا القصور فى الاستمرارية.. فإن قليلاً من مندوبى التليفزيون هم الذين يبقون فى محطة محلية وقتاً كافياً؛ لبناء الإحساس بالاهتمام والالتزام والثقة، التى تحتاجها المجتمعات المحلية وتريدها.

وحتى لو كان المندوب شغوفاً بإقامة هذه الاتصالات.. فإنه فى معظم المحطات فى دوامة من الانشغال، قلما تسمح له بذلك. فغالباً ما يطلب من المندوب المحلى أن يغطى ما بين ثلاثة إلى أربعة موضوعات كل يوم، ولذا.. فإنه لا ينتظر منه سوى مس الأمور سطحياً. ولما كانت التغطية المثلى ليست رد فعل للأحداث، وإنما استباق للتطورات.. فإن فرصة مندوب التليفزيون - الذى لا يجد سوى وقت ضئيل للتفكير فى الموضوعات واستظهارها - محدودة فى ممارسة مثل هذه الصحافة ذات المستوى الأعلى.

ومن الواضح أن العالم الحقيقى للتليفزيون المحلى، على نحو ما هو الآن، ليس مثالياً أو كاملاً، ويجب على المندوب أن يستفيد - إلى أقصى حد - من الفرص المتاحة لمزاولة الصحافة الذكية.

إنه يوم جديد آخر فى محطتك، ومن الطبيعى أنك مشغول، ويعهد إليك بتكليف لتغطية مظاهرة. إن خطوتك الأولى أن تتصل تليفونياً بالمنظمين، قبل أن تقوم المظاهرة حتى تعرف الغرض منها. وقد تريد أيضاً أن تتحدث إلى من يمثل وجهات النظر المضادة حتى تلم بالصورة وتعرف علام يراهن كل طرف. ومن المفيد أن تنجز سلفاً بعض الأعمال الخاصة بتغطية المظاهرة؛ حتى تستطيع أن تحصل - فى هدوء - على خلفياتها وبواعثها، بعيداً عما ستحدثه بعد قليل من صخب وضجيج. وستكون طبيعة المعلومات التى تحصل عليها مختلفة؛

إذ تكون أكثر فكراً وأكثر وعياً، عندما تحصل عليها فى لقاء هاتفى أو فى جو هادئ. ففى وسط المظاهرة.. يبالغ المنظمون والمشاركون فى مطالبهم، ويمكن أن يتحالف وجود الكاميرا مع إثارة المناسبة، فى إعادة تشكيل طبيعة مطالب الجماعة المتظاهرة، ولاشك أنه من المهم تقييم أهداف منظمى المظاهرة، وتقدير جدية قصدهم وسلامته.

وعندما تعرف ما يريده المتظاهرون، يجب أن تسأل نفسك: هل هذه المطالب قابلة للتحقيق. وعلى سبيل المثال.. فليس من قبيل المفاجأة أو مما يدهش أن يتظاهر المواطنون للإبقاء على أجور النقل بالأتوبيس ومترو الأنفاق منخفضة. ولكن نظام النقل يعانى من عجز خطير فى ميزانيته لأسباب عديدة. وإذا أعرض الركاب عن دفع تكاليف تشغيل وسائل النقل، فمن الذى سيفعل ذلك؟ وما الذى يقترحه المتظاهرون بالضبط؟

وإذا كان المطلوب فى حقيقته يمثل سذاجة مفرطة وبعداً عن الواقعية، وغير قابل للتحقيق على الإطلاق فالمندوب مدين للمشاهد أن يقدم له أكثر من مجرد عرض غضب المتظاهرين، وإحساسهم بالإحباط. وتسجيل الغضب والإحباط دون تحليل. وعدم وضع الأمر فى نصابه إنما يكون إضافة لمزيد من الحرارة دون إلقاء أى ضوء، وهنا لايزيد المندوب عن أنه يقول : «انظر لقد جنّ القوم» ولكنه لا يقدم أى إيضاح لكيفية إزالة أسباب هذه الشكاوى والتظلمات.

ومما لاشك فيه أن الخبر الذى يعرض المظاهرة، ويحكى ظاهر أمرها فحسب، إنما يمثل خدمة سيئة لحق الجمهور فى أن يعلم، ويزيد من الانفعال وعدم التعقل، بدلاً من المعرفة التى تفيد فى الحوار. وإذا أردت أن تتصرف من منطلق الإحساس بالمسئولية.. فلابد أن تحيط المشاهد علماً بالعناصر التى يمكن أن تؤدى إلى حل المشكلة المطروحة، والخيارات الممكنة، ومن أين يمكن أن تأتى الأموال اللازمة، وهل هى متوفرة أم لا؟ ولن يؤدى ذلك إلى إسكات أصوات المتظاهرين أو تجاهلها، هؤلاء الذين يشعرون بأنهم لا حول لهم ولا قوة، وأنهم مغلوبون على أمرهم، ولكنه يضيف إلى صرختهم إيضاحاً عقلانياً مفيداً.

وهناك طريقان على الأقل للإقبال على مهمة تغطية مظاهرة، الأول: هو النظر إلى الموضوع بعمق يتجاوز حدود اللحظة، ويؤدى إلى التحقيق فى القضايا المثارة، والثانى: هو

النظر إلى المظاهرة على أنها عرض مسرحى فى الطريق، يمثل مشهداً عابراً ينقطع بانتهاء لحظته، دون أن يحقق أى هدف .. وحتى إذا كان الأمر كذلك؛ فأنت فى حاجة إلى أن تطبق مبادئ التحليل والتقييم الواعى، إذا أردت أن تصون نفسك من أن تجرفك إغراءات المشهد، الذى تقوده أوركسترا من قادة المظاهرة.

ومن المعلومات المهمة معرفة عدد المشتركين فى المظاهرة. وفى بعض الأحيان تكون المظاهرة صغيرة؛ بحيث تستطيع أن تحصى عدد المشاركين فيها، ولكن المعتاد هو الاعتماد على الأرقام التى تقدمها الشرطة. وإحصاءات الشرطة يجب أن تنسب إليها، وألا تقبلها كحقيقة مقدسة. ومن المعروف أن المسئولين يبالغون أو ينتقصون من عدد المشاركين على حسب طبيعة الاحتجاج؛ فإذا كان المتظاهرون يشكلون جماعة لا يحبها المسئولون جاءت الأرقام المقدمة أقل من الواقع؛ لإعطاء الانطباع بأن المظاهرة ليست خطيرة. ومن ناحية أخرى.. فإن قادة المظاهرة يمكن أن يقدموا أرقاماً متضخمة؛ حتى يبدو الاحتجاج أكثر أهمية. فإذا أقبلت على المناسبة وأنت تعلم كيف يمكن التلاعب فى الأرقام.. استطعت أن تقول إن العدد يتردد ما بين كذا وكذا، وتركت للمشاهد أن يستنتج بنفسه.

وهناك سؤال آخر يحتاج إلى إجابة : ما طبيعة الجمهور؟ كم من المشتركين متظاهر حقيقى، وكم منهم جذبه المشهد وما فيه من إثارة؟ إن العينة العشوائية يمكن أن تفيدك، فالأرقام الثابتة مستحيلة تقريباً. ومن الأساليب المفيدة إجراء مقابلات مع المشاركين فى المظاهرة، ولكن دون كاميرا؛ إذ يقلل ذلك من احتمال احتيال المواطن العادى الذى قد يخترع قصصاً خيالية؛ ليضمن ظهوره على الشاشة.

ولابد أن يفرق المندوب بين هؤلاء الذين يرغبون فى أن يقولوا أى شئ أمام الكاميرا، ومن لديهم بعض المعلومات المهمة الحقيقية. وقد يقبل بعض المندوبين ما يردده المتظاهر أمام الكاميرا من تعليقات دون انتقاد أو اعتراض، لأنها فى الواقع تخدم خططه فى تحقيق العنصر الدرامى فى الخبر وعناصر الإبهار والإثارة. وتكون النتيجة لى الحقيقة وتشويهها، وتتحول عملية جمع الأخبار إلى مؤامرة لخلق الدراما، أكثر منها انعكاساً للحقائق الصحفية الواعية.

وتضم المظاهرة جمهوراً له حياته وأهدافه وهويته التى تختلف عن أفراد آخرين، قد يشعرون أو لا يشعرون بالانتماء لهذه الحركة. تعرف بسرعة على من له حق التحدث باسم هذا الجمهور، وليس من يتحدث باسمه فقط. وفى بعض الأحيان.. يكون التجمع هلامياً غير متبلور، يضم أناساً أصابتهم أشياء كثيرة بالضيق الشديد: ظلم الحياة، الإحباط الشخصى، التضخم، البطالة، ولعل المنظمين قد حشدوا - فى مهارة - هؤلاء الأفراد الذين لا يعنيهم السبب المباشر، وذلك لإطلاق البخار المكتوم. وقصارى القول إن المظاهرة - فى بعض الأحيان - قد لاتكون فى حقيقتها كما يبدو منها، وقد لا تعدو أن تكون مجرد تنفيس عن انفعالات مكبوتة.

وستجد المندوب الضليع الذى يسبر الأغوار حساساً لهذه الفروق، واضحاً فى تغطيته، مميزاً بين طبيعة الاحتجاج وهدفه المعلن. وبهذا يكشف التعقيد الإنسانى فى الواقعة إلى جانب الأبعاد السياسية والاجتماعية.

ومن بين الأسئلة التى يجب أن توجهها إلى أى متظاهر: لماذا أنت هنا؟ ما الذى يجرى فى حياتك، ويدفعك للانضمام إلى الاحتجاج؟ لماذا شعرت أنه ليس ثمة طريق آخر لينصت إليك الأخرون بإنصاف؟ ما علاقتك بمنظمى المظاهرة؟ وكيف علمت بأمرها؟

أما بالنسبة لقادة المظاهرة.. فاسألهم: ما الذى تحاولون الحصول عليه؟ ولماذا اخترتم هذه الطريقة لإبلاغ رسالتكم؟ والأهم من هذا كله: ما الإجابة التى تنتظرونها بالضبط؟

ولتعلم دائماً أن الصياح طلبا للعدالة أسهل بكثير من تحديدها أو تحقيقها. وتحتاج التغطية إلى الانتقال من الأثر العاطفى القوى للمتظاهرين فى مجتمع ديمقراطى، إلى عملية التصارع الأليمة مع القضايا والمسببات. ولقد قالها القديس بولس للمسيحيين الأُوَلْ إنه حتى مملكة الرب قوامها القوة لا القول. وإذا كانت المظاهرة تريد أن تزاول منطق القوة، فعلى المندوب أن يعرف لماذا؟ وبيد من؟ وما الكيفية؟

اسأل .. هل الهدف الذى اختاره المتظاهرون ملائم، هل يلومون بلدية المدينة عندما تكون هيئة الاحتياطى الفيدرالى، هى التى تبقى أسعار الفائدة عالية؟ وهل يهاجمون وكالة حماية البيئة عندما يكون الكونجرس، هو الذى أصدر قوانين مكافحة التلوث؟ وهل يرفعون لافتات الاحتجاج ضد البيت الأبيض، عندما ترفع الدول العربية أسعار البترول؟ وقد يكون من

المستحيل على المواطن العادى الذى يعيش فى مجتمع متشابك يعتمد بعضه على بعض - فى ظل مراكز قوة محيرة - أن يكون على يقين من الهدف المناسب لاحتجاجه، إلا أنه لابد من بذل بعض الوقت والجهد لاستجلاء هذا الهدف.

وتصبح الاحتجاجات عملاً رمزياً ومحاولة لجذب انتباه السلطة، ما لم يكن لها هدف محدد. وإذا رأيت أن هذا هو مغزى الاحتجاج فعبر عنه، وماتراه أمامك قد تكون فيه احتمالات كامنة أكبر وأبعد مدى فى الأهمية، من مجرد احتجاج معزول محدد الهدف؛ فقد تكون شاهداً على توتر متشعب الجذور، ينبئ عن انقسامات أعمق وأشد صلابة، تحتاج إلى استجابة جذرية سياسياً واجتماعياً. إن انتفاضة الحقوق المدنية والمظاهرات المعارضة للحرب فى الستينات، كان يمكن أن تؤدى إلى ثورات سياسية وإجتماعية أوسع نطاقاً، لولا أن وسائل الإعلام تناولتها على نحو ملائم، ولولا أن النظام السياسى اذعن لمطالبها. اسأل نفسك: هل هناك ضغوط تتنامى تحت السطح، وهل المظاهرة التى أمامك هى ما يبدو من جبل الثلج؟

ولابد أن تتخذ قراراتك فى كيفية إنجاز التغطية بالصورة، حتى وأنت تتأمل طبيعة الحدث ومغزاه. وحتى تغطى أبعاد المشهد.. قد يضطر المصور أن يصعد إلى تل أو سطح قريب لإلتقاط صورة شاملة للموقف. ومثل هذه اللقطة من أعلى، يمكن أن تكشف عن اتجاه المسيرة، وإلى أى مدى ملأ المحتجون الشوارع والطرقات. وعلى أرض ميدان المظاهرة.. يجب أن يلتقط المصور صور اللافتات المرفوعة، والملابس غير العادية التى يرتديها بعض المتظاهرين والأغانى والأناشيد، أو مشاهد الصمت التى يمكن أن تكشف عن طبيعة المظاهرة ومحورها. ومن الصور المهمة: التنوع أو التجانس فى وجوه الأفراد، وخلاصات الكلمات التى تلقى، وردود فعلها على وجوه المستمعين. ومن المفيد الحصول على ردود فعل وتعليقات المتفرجين، إن وجدت؛ لأنها تعبر عن مدى التفاعل بين المتظاهرين والمتفرجين، وتكشف بعض التصرفات الرمزية- مثل تحطيم الصور- بسرعة وبقوة عن نية المتظاهرين، فمن منا يستطيع أن ينسى صور الإيرانيين، وهم يحرقون دمى تمثل الرئيس كارتر، والمحاربين القدماء وهم يلقون أنواطهم فى حرب فيتنام فى حديقة مبنى الكونجرس. ومن الواضح أنه يجب عليك - حين تغطى مظاهرة - أن تنتبه إلى الطبيعة العاطفية والرمزية للحدث، وماينطوى عليه من أفعال.

وعندما تأخذ المظاهرة التى بدأت سلمية فى التحول إلى العنف والاضطراب، فستجد نفسك فى مواجهة صعوبات خاصة تتصل مباشرة بطبيعة وسيلتك؛ فقد ذكرت اللجنة الاستشارية القومية للاضطرابات المدنية (لجنة كيرنر) (The Kerner Commission) فى تقرير لها عام ١٩٦٨، أنه - خلال أحداث الشغب فى تلك الفترة - كان واضحاً أن معظم مندوبى التليفزيون والمصورين يدركون قوة الكاميرا فى إثارة الإضطراب، وقد تحلوا بالانضباط، ولكن قلة منهم حرضوا المتظاهرين، ودبروا عمليات الحجارة، وشجعوا اللجوء إلى العنف؛ حتى يحصلوا على صور مثيرة حافلة بالحركة. ومنذ ذلك الوقت.. أصدرت المؤسسات الإخبارية التى تقدر المسئولية توجيهاتها وتحذيراتها إلى رجالها، عندما يخرجون لتغطية مثل هذه الأحداث؛ فى محاولة منها لمنع مثل هذه التصرفات غير الأخلاقية، التى تسئ إلى شرف المهنة.

وعندما تبدأ المظاهرة فى هدوء، ثم تنفجر فيها أعمال العنف، كيف تكون تغطيتها؟ هب أن معظم المتظاهرين كانوا مسالمين، وأن قلة منهم قد اختارت أن تلجأ إلى التخريب وانتهاك القانون.. فهل تسمح فى تغطيتك للأغلبية المسالمة، أن تبتلعها تصرفات القلة التى تستعرض عضلاتها؟ إن أحداث العنف يمكن أن تطغى على الحقيقة لو اخترت أن تركز عليها، بينما الحقيقة أن الأغلبية جاءت تعلن رسالتها سلمياً. انتبه فقط إلى الطبيعة الحقيقية ومزاج الجمهور وغضبه، وغرضه وما ينتويه، ولا تسمح لقلة من مثيرى الشغب والفتنة أن يرسموا معالم الخبر. إنك تستطيع أن تحكى الخبر بشكل واع هادئ، يعبر عن الأغلبية المسالمة، ثم تشير باختصار إلى الاضطراب الذى حدث، حتى يأخذ حجمه الطبيعى فى درجة الأهمية، إذا تبينت فعلاً أنه بسيط إذا قورن بما حدث. ومع ذلك.. فإذا نشبت الاضطرابات المدنية الشاملة، فلا سبيل إلى احتواء هذه الحقيقة، وليس لك أن تحاول؛ فمن الواضح أن من حق الجمهور أن يعرف إلى أى مدى كانت الاضطرابات وأعمال العنف خطيرة، وكيف تتصرف الشرطة والحرس الوطنى فى إخمادها، والحاجة تدعو للإشارة إلى الأسباب، ولكنها فى اليوم الأول، يحتمل أن تحتل المرتبة الثانية، إذ تستأثر بالأولوية فيه ملامح الحدث وصور الاضطرابات وتفصيلاتها.

كن على بينة بمدى صعوبة الحصول على معلومات يعتد بها، فى ظروف من هذا القبيل؛ حيث تنطلق الشائعات حتى من الجهات الرسمية. وما يحتمل أن تحصل عليه هو أجزاء يسيرة من الصورة الكلية، تسرب بعضها عبر مخاوف وظنون المسئولين عن تنفيذ القانون والمواطنين. وحتى تجد طريقك فى هذه الأحراش المتشابكة.. تقدم بحذر، وليكن خيارك فى التغطية متحفظاً، ويعنى هذا ألا تنقل إلا ما هو مؤكد، مع إيضاح مصادر المعلومات وتقييمها والتحفظ، إذا لزم الأمر.

ولتعلم أنه من خلال حقيقة تغطيتك لأعمال العنف، قد تكون باعثاً عليه. إنك تصبح جزءاً من الحدث الذى تغطيه، لأن ما تقوله يشكل ردود الفعل لدى المشاهدين. وماذا عن حق الجمهور فى المعرفة إذا كانت هذه المعرفة تحول الموقف إلى أسوأ؟ هل من الملائم أن يحجب المندوب معلومات بحجة أثر الحدث؟ يعتقد المندوب - فى الظروف العادية - أنه يجب أن ينقل ما يعرف فلا يدخر شيئاً، ولتتطاير الشظايا لتقع حيث يكون. ولكن هل يناسب ذلك أحداث الشغب؟ أيناسب الثورة؟! أيناسب الحرب؟!

إنها أسئلة مثيرة للأسى بالنسبة لمندوبى الصحافة المقروءة، وهى أدهى وأمر بالنسبة لمندوبى التليفزيون؛ بسبب قوته فى إثارة العواطف وإشعال اللهيب .

وثمة أسئلة أخرى تستدعى النظر.. هب أن العنف تعبير له ما يبرره عن غضب المقهورين.. هب أن القوى الثورية، مهما كان عنفها، لها سند من التاريخ والحق.. ما دور المندوب فى هذه الظروف؟ هل يضعه تأكيده على دور الحكومة فى احتواء الاضطرابات إلى جانبها مؤيداً للوضع القائم؟ قد يعرض المندوب نفسه للاتهام بمحاباة السلطة، لو ركز على القانون والنظام، وكذلك لو ركز على المحتجين؛ إذ سيبدو متعاطفاً مع وجهة نظرهم. وقمة الصعوبة هنا هو الالتزام بالموضوعية .

وقد سلح المتظاهرون السابقون للحقوق المدنية أنفسهم بالسلاح المعنوى المؤثر عندما تجلبوا العنف. وأصبحت صور التليفزيون للزنوج ورجال الشرطة يوسعونهم ضرباً بالهراوات والجنازير وخراطيم الإطفاء، أصبحت حجة بليغة على المظالم، التى تكدست فوق رؤوس الزنوج فى الولايات المتحدة. وسرعان ما أعقب ذلك تشريع رئيسى وثورة فى المواقف

الإجتماعية لمصلحة الزنوج. وحيثما يتجه المحتجون إلى العنف.. تقل فرصتهم فى إثارة مثل هذا التعاطف، أو إنجاز مثل هذه النتائج المذهلة، طالما أن مشاهد التليفزيون يشعر بنفسه أن التغيير يمكن أن يحدث بلا عنف وبالوسائل القانونية. ولما كان العنف على الشاشة، قد يجد تعاطفاً من المقهورين واليائسين والغاضبين بين مشاهدى التليفزيون.. فإن هذا يعنى أن صور العنف على الشاشة قد تحفز مزيداً من المواطنين إلى المشاركة فيها.

وقد تشعر بالميل إلى أن تدع الحدث يحكى نفسه، وذلك لأن المظاهرة تأسر بالصورة والانفعال العاطفى. وقد تغريك الطبيعة المشحونة للحدث أن تترك الصور والمقابلات مع المشاركين تحكى ما يحدث.. وقد يتخذ هذا القرار فى وقت، يرى فيه المشاهد أن جزءاً من عالمه يتمزق، وهنا يكون شديد التعطش إلى الإيضاح. ولهذا السبب وغيره.. لا تتردد فى الإيضاح والتعليل، كلما كان ذلك ممكناً وسديداً.

إن العبء ثقيل، خصوصاً عندما ينتظرونك أن تبث على الهواء من موقع الحدث. كيف تغطى بوعى ما وصفته الملكة اليزابيث الأولى ذات مرة بقولها : هؤلاء الذين لا يكبحهم منطق، كيف تفسر انطلاق الأعمال غير العقلانية من الشكاوى الحقيقية المعقولة؟ كيف تفسر انحراف أصحاب الشكاوى، الذين يلتمسون الإنصاف والعدل، إلى أعمال تفرض الظلم على ضحايا آخرين (على سبيل المثال، أصحاب المحال الذين يبدو أنهم يتحملون دائماً أسوأ نتائج عمليات الإحراق، وثورة الغضب فى المدن الأمريكية) ... إنه تكليف شاق.

الفصل الثانى عشر

فن المقابلة فى التليفزيون

هناك نوعان من المقابلات التى تجرى للتليفزيون : المقابلة الإخبارية والمقابلة الخاصة بالجوانب الشخصية وأهدافهما تختلف، وإن اتفقت المهارات اللازمة لإدارتهما.

فبالنسبة للمقابلة الإخبارية.. يبحث المندوب عن إجابة مختصرة، مركزة فى الصميم على سؤال أو سؤالين محددين، لهما صلة بواقعة معينة، أما بالنسبة للنوع الآخر.. فإن المندوب يسعى إلى كشف النقاب عن طبيعة وخلق وطراز الشخص الذى تدور معه المقابلة، ومن المحتمل أن تؤدى نتيجة ذلك إلى قصة أطول وأخف، وأقل تقيدا بعنصر الزمن.

ويمكن أن تعقد المقابلات الإخبارية فى موقع الحدث أو المناسبة القائمة. كما يمكن أن تعد سلفاً. ومهما تكن ظروف المقابلة.. فلابد أن يكون المندوب حساساً لمشاعر من يتقابل معهم، ودوافعهم وحساسياتهم.

والمهمة المثالية فى هذا الشأن هو ما يكون فى موقع الحدث المأساوى، حريق، حادث، أو جريمة قتل، وهنا تتحدث مع شهود عيان أو أفراد شملتهم الكارثة، ومن بينهم من تعرضوا للخسائر. وقبل أن تشرع فى هذا العمل.. أفسح لنفسك بعض الوقت؛ حتى تستجمع أفكارك. وسوف تساعدك الأسئلة التى تطرحها بينك وبين نفسك، على تحديد موقفك واستعدادك، الذى تقبل به على الموضوع ،وأنواع الأسئلة التى ترى أنها مناسبة فى هذه الظروف.

تأمل الموضوع من وجهة نظر مشاهد التليفزيون. ما الذى يجب أن يعرفه فى مثل هذا الحدث؟ وما الذى يشعر أنه بحاجة إلى معرفته؟ ما دور الصحفى عندما يغطى حدثاً مأساوياً، يوضع فى إطار أوسع، وينظر إليه من أبعاد بديلة؟

وإلى حد ما تنطبق علينا نحن، مستهلكى الأخبار، هذه التسمية .. «المتلصصون»، أو من يحبون الإطلاع على خبايا الآخرين. وهناك اعتقاد بأننا - أى جمهور المشاهدين - لنا الحق فى معرفة كل شئ، حتى أخص تفاصيل الأفكار والمشاعر والآلام الشخصية. وإذا كان مندوب الصحيفة يدس أنفه ويسعى لتقديم هذه التفصيلات.. فإن للتليفزيون نزوعاً طبيعياً أقوى للتدخل بطرق تتجاوز الحد الفاصل بين اللياقة وقلة الذوق.

وحيثما تقع الكارثة.. فإنه يتعين على المندوب أن يستشعر .. هل يريد الشخص المنكوب أن يتحدث عن أحزانه، ومتى؟ وتسيطر الصدمة أحياناً على مثل هذا الشخص، ويرغب فى أن يترك وحده .. وهى رغبة لابد أن تُحترم. ومن ناحية أخرى.. سيكون هناك من يرغب فى الحديث، الأمر الذى يعينهم على تحديد طبيعة أحزانهم. وليست كل المقابلات التليفزيونية التى تجرى فى مسرح المأساة، انتهاكاً للخصوصية أو اقتحاماً لا مبرر له. ويرحب مصدر الخبر - فى كثير من الحالات - بأن يتكلم، وكأن وجود الكاميرا، واهتمام المندوب يقدمان له بعض المواساة.

هل هذه صحافة؟ ما الذى يحتاج الجمهور إلى معرفته فى مثل هذا الحادث؟ هل من الملائم إظهار آلام ضحايا المأساة، وأحزانهم ودموعهم؟

وللصحافة تقليد عريق فى النظر إلى المأساة كمادة إخبارية. أحداث القتل، الاغتصاب، الحريق، تحطم السيارات والطائرات .. كلها أخبار؛ لأنها تخرج عن المألوف، إنها تغذى حاجة الناس إلى المعرفة وترضى جانباً من الميل الإنسانى الغريب إلى الهلع. وعندما تنطوى المأساة على فزع شخص آخر، يشعر المشاهد بالسلامة والسعادة أن المصاب شخص آخر، وليس هو. ويشارك المشاهد فى الألم، ولكن عن بعد، وهو مستريح لأن المأساة ألمت بغيره. «لقد مات، ولكنى لازلت أحيا» .. هذا شعور عام فى الجنازات، أو «إنه من فضل الله أنى لازلت أحيا» ..

هل هذه ردود فعل تدل على قسوة القلب؟ ربما هى كذلك. ولكنها فى الوقت نفسه عواطف عادية وطبيعية. إن المأساة هى مادة الحياة والفن؛ لأنها تشحذ يقظتنا إزاء الطبيعة

الغامضة غير المعقولة للعالم الذى يحيط بنا .. وهى فى الوقت نفسه تجبرنا على أن نكون شاكرين ممتنين لحياتنا السلسة، التى لم يقع فيها ما يكدرها.

من حق الجمهور أن يعلم بالمآسى، وهو فى حاجة إلى ذلك.. إلا أنه يجب على المندوب الذى يتولى تغطيتها أن يؤدى مهمته بلياقة ورقة. والسؤال الشائع الذى يخطئ به معظم مندوبى التليفزيون هو: ما شعورك؟ فعندما يوجه هذا السؤال إلى شخص قد عانى منذ لحظات من خسارة جسيمة.. فلاشك أنه يتجاوز حدود اللياقة.

وتشمل الأسئلة المقبولة هذا النوع الذى يؤدى إلى إعادة بناء الحدث؛ مما يساعد المشاهد على الفهم. مثل : متى شممت رائحة الدخان؟ ماذا دار فى ذهنك؟ ماذا فعلت؟ ماذا رأيت؟ ماذا فعلت عندئذ؟ وتستهدف هذه الأسئلة استخراج حقائق الموقف دون لعب بالعواطف، لامبرر له.. وثمة تناول آخر أكثر رفقاً وغير مباشر على نحو أبعد .. هل تريد أن تحكى لى ما حدث؟ ثم اتركه يقول كل ما يفكر فيه ويشعر به. وإذا كانت الإجابة على هذا السؤال.. لاأريد أن أتحدث عما جرى. هنا ينبغى أن تبتعد الكاميرا، وأن يتركه المندوب فى سلام. وتذكر أنه يجب عليك ألا تنظر إلى الشخص الذى أمامك على أنه مجرد شئ، أو مادة مجردة من الأدمية، فى سبيل الخبر الذى تعده. وبينما يتعين عليك كمندوب أن تنأى بنفسك عن كل ماترى وتنقل.. يجب ألا تجرد نفسك من التعاطف والشفقة الإنسانية. إن العالم فيه من القسوة مايكفى، ولا يتسع لقسوة أخرى من المندوبين. وهناك خطر ماثل فى أن تنسى مراعاة شعور الآخرين، وتحرص عليهم إنسانياً ووجدانياً فى تعطشك إلى خبر مثير. تذكر أنك مندوب الجمهور فى ساحة الكارثة، وهناك أنماط معينة من السلوك وسوء السلوك، لن يغفرها لك، حتى لو كانت باسم الحصول على الخبر.

وقد يحدث أن تكون الكارثة بالغة، ولا يتاح من المقابلات إلا ما هو جماعى؛ حيث يحاط مصدر الخبر بعدد من المندوبين وكاميرات التصوير، ويكون منتهى الأمل أن توجه سؤالاً بين كثير مما يطرحه الآخرون. فلتسجل كاميرتك كل ما يدور، وعندما تجرى المونتاج لاختيار جزء مناسب.. طبّق معايير الاختيار السليم. وقد يتجرد مندوب آخر من الشفقة والإحساس فى أسئلته، وقد تفضل ألا تستخدم نتاج الأساليب المجردة من الذوق والإحساس، حتى إذا كانت

مؤثرة، لأنك تؤمن بأنه يجب عليك أن تلتزم بمعايير محددة من الأدب واللياقة والخلق. وقد تؤثر الالتزام بهذه القيم والأخلاقيات، حتى في غمرة المنافسة.

ويستلزم كثير من القصص الإخبارية أن تجرى اتصالاً هاتفياً لتحديد موعد للمقابلة. فكيف تغرى مصدر أخبار بالتحدث إليك؟ من المدهش أن الأمر قد يكون أسهل مما تظن. إن الرهبة تتملك المندوب الحديث في عمله، من الشخصيات التي تشغل مناصب مهمة أو الشخصيات المشهورة. ويخلق هذا الإحساس بالرهبة عقبات لامبرر لها، وعوائق نفسية تضر بالمهمة التي تقوم بها. والسبيل الوحيد لمعرفة مدى إمكانية أن يتحدث شخص ما إليك هو أن تسأل. وغالباً ما تبتهج الشخصية العامة عندما تُسأل؛ فقد يتملكه الإحساس بالفخر أنك فكرت فيه، ويسعده أن تتيح له فرصة ليُرى ويُسمع في التليفزيون.

وسيكون من الميسور لك أن تحصل على مقابلة، لو أنك بنيت سمعة طيبة كمندوب منصف متوازن : وبلا شك سيكون الأمر أصعب في إغراء مصدر الأخبار على الظهور معك، لو ساءت سمعتك، وبدا فيها انعدام الضمير والجفوة. وهذا دليل آخر على أنه يجب عليك أن تكسب احترام جمهورك ومصادر أخبارك، بدلاً من الدخول في اللعبة الشرسة لتدمير الفريسة؛ الأمر الذي يصيب المندوبين الذين يبالغون في المنافسة. وليس معنى ذلك أن تقبل أن يُنظر إليك على أنك الوديع الذي تتسم أسئلته باللطف والرقة، ولو أن الأمر كذلك.. فقد تحصل على المقابلات، ولكنها ستكون بلا جدوى.

ويفهم السياسيون المحترفون والمسئولون والمشاهير دور وسائل الإعلام في الحياة العامة، وسيحترمونك عندما تؤدى عملك بإتقان، ووعى وإنصاف. وستفتح لك مثل هذه السمعة الأبواب بجدارة.

هب أن الموضوع الذي تريد تغطيته يلقى ظلالاً وأضواء غير مستحبة على المصدر الإخباري، فهل تحيطه علماً بذلك قبل إجراء المقابلة؟ وماذا تفعل إن هو سألك عن الأسئلة التي تعتزم توجيهها؟ تستطيع أن ترد عليه بعبارات غامضة عامة.. كأن تقول أريد أن أتحدث معك عن الأحوال في مراكز الإطفاء بالمدينة، بدلاً من أن تقول : أريد أن أعرف متى بدأت تسرق من صندوق معاشات رجال الإطفاء، ومن الواضح أن الأسلوب الأخير لن يكفل لك

بلوغ هدفك. وتتمثل إحدى الوسائل فى أن تقول له إن لديك موضوعاً شائكاً بعض الشئ، منسوباً إليه وإنك تنوى الخوض فيه، وإنك تعتقد أن من مصلحته أن يعبر عن وجهة نظره فى الموضوع.

ويلجأ المندوبون إلى أساليب متعددة وحيل مختلفة للحصول على مقابلة. ومن المهم أن تتجنب اللجوء إلى التكتيكات الخشنة، إلا إذا كان الموضوع من الأهمية بحيث يستدعى ذلك. وفى بعض الأحيان.. يكون من أفضل الوسائل الممكنة أن تقول إنك تريد أن تتحدث فى موضوع عزيز على قلب المصدر، حتى إذا جلست إليه.. حركت الأمور نحو الموضوع المقصود. وتستطيع فيما بعد أن تبرر هذا التطرق بأن المقابلة، هى التى ساقتك بطبيعتها إليه دون قصد. فكيف يتسنى لمصدر الخبر أن يشكو من هذا؟

وفى بعض الأحيان.. يعترض طريق مرورك إلى مصدر الخبر، سكرتير أو ما شابه ذلك. فأنت تتصل هاتفياً مرة إثر أخرى، ويكون الرد « آسف.. إنه فى مؤتمر ولا يمكن إزعاجه». وليس هناك أى جهد يبذل للرد على نداءاتك أو الاستجابة لرسائلك. وستحين لحظة تدرك فيها أن الطرف الآخر لا يريد أن يتحدث معك، فإذا كنت تعتقد أن المقابلة مهمة لموضوعك.. اصحب فريق التصوير إلى مكتبه، واجلسوا فى غرفة الاستقبال والكاميرا فى وضع الاستعداد. وهذه الحيلة تشكل ارتباكاً للسكرتارية، وقد يفلح هذا الإصرار فى فتح الباب أمامك. ومن الممكن أن تظفر بمن تريد لقاءه وهو يغادر مكتبه أو يدخل غرفة الاستراحة، فإذا كان هذا ماتأمله.. تأكد أنه ليست هناك أبواب خروج أخرى بديلة يمكن أن يدلف إليها دون أن تراه.

وقد تقرر أن تنتظره عند بيته؛ أو تنتظره فى طريق مروره، وتحاول أن تجرى اللقاء معه وهو ينزل من سيارته. وهذا تكتيك خطير لا ينبغى أن تلجأ إليه مالم يكن الموضوع مهماً، ويشكل هذا اللقاء جزءاً حيوياً فيه. ويسرف البعض فى استخدام هذا الكمين لإجراء المقابلة؛ فى محاولة لخلق نوع من الدراما من خلال المواجهة، ولكن هذه طريقة غير لائقة وقد يكون المبرر لاتباع هذا الأسلوب، أنه أحياناً ما يرفض مصدر الأخبار لقاءك عند ما تطلبه فى التليفون، فى حين أنه عندما يلقى المندوب وكاميرته وجهاً لوجه سيقبل الحديث معه، وهكذا... يفيد قليل من الإصرار من جانب المندوب.

ماذا تفعل إذا وافق المصدر أن يتحدث إليك بلا كاميرا؟ احترم رغبته. ابعد كاميرتك واخرج مفكرتك، واشرع فى إجراء المقابلة، وتستطيع أن تنقل ما يقول إلى مشاهديك فى مقدمة إخبارية أو تعليق. وبرغم أن التصوير أفضل، إلا أن المعلومات أهم... إن مسئوليتك هى أن تجمع المعلومات مهما يكن الشكل. والحقيقة أن كثيراً من موضوعاتك سوف تستمد من المقابلات الهاتفية؛ حيث تكون الصور غير ممكنة على الإطلاق... إن الصور مفيدة، إلا أنها تأتى فى المرتبة الثانية بعد المعلومات.

وعندما تظفر بمقابلة، فماذا تصنع؟ الخطوة الأولى أن تريح مصدرك .

يمكن أن تبدأ بالأسئلة السهلة، تتحدث عن الطقس، شاركه فى أى «دردشة»، حتى تعطيه الإحساس بأنك إنسان عادى يقوم بعمله.

وإذا كان غير معتاد على الكاميرا.. فقد يأخذ منك ذلك بعض الوقت حتى تطمئنه، وحتى يصبح أقل إحساساً بوجود الكاميرا. إلجأ إلى شئ من المرح والدعاية أو الأحاديث البسيطة، أو أى شئ، تجد أنه يساعده على أن يتصرف بشكل طبيعى أمام الكاميرا.

وإذا كانت مقابلتك مع شخصية عامة.. فالأرجح ألا تطول أكثر مما هو ضرورى؛ فوقتكما ثمين. ومن الأفضل أن تتجه مباشرة إلى قلب الموضوع، وعندما تحصل على المعلومات التى تريدها، اجمع أوراقك وانصرف. حاول ألا تضيع وقت من تسألهم، مهما كان موقعهم؛ فهذا مسلك تشكر عليه

وقبل أن تشارك فى اللقاء، استعد. إن أسهل وسيلة لإغفالك، هى أن تكون جاهلاً بالحقائق والقضايا. وفى المقابلة ينتظر من المندوب أن يستمع إلى الإجابات، وأن يتصدى لها عندما تخرج عن المسار أو تشذ. وما لم تكن على علم أكبر ممن تسأل.. فلن تنجح فى تقييم أو اقتفاء المعلومات التى تسمعها، وستقبل أى شئ يقال؛ إذ تصبح مجرد محرك للمقابلة. وبمجرد أن يعى ضيفك هذه الحقيقة.. سيكون فى مقدوره أن يعبث بك فيقول ما يروقه، ويعلم أنك لاتملك القدرة على تحقيق ما يقول أو التصدى له.

وليست مهمة المندوب فى المقابلة أن يوفر خط اتصال مباشر لما يقوله أى مسئول، وإنما عليه أن يطبق قواعد التحقيق وصولاً إلى الصواب. إنك لا تستطيع أن تبرئ نفسك مما قيل

بقولك: حسناً، لقد قال ذلك. إن الصحافة الحديثة تستلزم تجاوز ما يقوله الشخص الذى يدلى بالأخبار؛ لاستكشاف مدى صحته، وتقديم الدليل الذى يدعمه إن وجد، وإن لم يكن هناك دليل صحة.. فمن حق المشاهد أن يعلم ذلك.

ولقد تعلم المندوبون والمحررون هذا الدرس المرير بقسوة، خلال تغطيتهم لنشاط السيناتور جوزيف ماكارثى Senator Joseph Mc Carthy خلال فترة الحرب الباردة فى الخمسينات.. فى هذا الوقت، كان هذا العضو الجمهورى عن ولاية ويسكونسن Wisconsin يقود حملة عنيفة ضد الشيوعية، وصفت فيما بعد بأنها غير ديمقراطية. وقد استخدم مكارثى لجنة مجلس الشيوخ كمنطلق، وشن حملته الضارية - دون سند - ضد موظفى الحكومة والممثلين والصحفيين وفئات أخرى من المواطنين؛ حيث دمر مستقبل كثيرين. وقد نقلت الصحافة تصريحات مكارثى دون مراجعة؛ حيث كانت تعتقد أن مسئوليتها تنحصر فى نقل ما يقال؛ فأصبح ما يقوله السيناتور مكارثى أخباراً بل أخباراً مهمة.

لقد فشلت وسائل الإعلام فى المراحل الأولى - على الأقل - من ظاهرة المكارثية، فى تبين الحق من الزيف فى هذه الاتهامات؛ مما أتاح للسيناتور مكارثى سلطة مطلقة فى تدمير سمعة كثيرين، دون خوف من القصاص. وقد أدرك المندوبون والمحررون - فيما بعد - كيف أنهم قد استخدموا أداة لدعم الزيف والإعانة على الضلال. ولقد نشأ نمط مختلف من الصحافة بعد طول النظر والتأمل الأدبى والأخلاقى، مؤداه أن دور الصحافة لا يجوز أن يقتصر على نقل مايقال، بل يجب أن تمارس أقصى ما تستطيع لتأصيل ما يقال، وتحريه.

ومن الطبيعى أن الشخصية العامة ستفضل أن يجرى معها الحديث مندوب، يفهم الموضوع المطروح؛ حيث تتحول المقابلة إلى مستوى أعلى من المستوى الروتينى فى طرح السؤال والإجابة عليه؛ فتصبح حواراً مثمراً بين شخصين على علم ودراية وذكاء. ومن أعظم التحيات التى يمكن أن يتلقاها مندوب عقب المقابلة، أن يقال له: «لقد كنت شديد المراس ولكنى استمتعت بذلك» فغالباً ما يشحذ من تستضيفه من أفكاره، وينقيها بسبب أسئلتك الواعية المتعمقة، التى تسبر الأغوار، وسيكون شاكراً لهذا الاختبار.

تقدم إلى مصدر الأخبار دون خنوع أو عدوانية. وعندما تتجه إلى اللقاء، وأنت على علم جيد، وعلى مستوى الندية.. فمن المسلم به أن تُعامل باحترام من جانب محدثك وجمهورك

الذى تمثله. وإذا لم يكن لدى محدثك ما يخفيه، وإذا كان ممن يلتزمون المنطق والإدراك السليم فى مواقفهم.. فسوف تظهره أسئلتك الباحثة فى صورة طيبة. وإذا كانت أسئلتك تكشف النقائص وأوجه الضعف والتسويف.. فستكون تلقينا له حتى يعزز تحريه وتحليله للأمور، والمقابلة الجيدة يمكن أن تكون مصدر تعليم للطرفين.

وفى مرحلة الاستعداد للمقابلة.. لا يكفى أن تعلم كثيراً عن الموضوع المطروح؛ فمدير اللقاء الجيد يجب أن يكون على دراية وإطلاع واسع فى موضوعات عديدة؛ ففى صبيحة المقابلة.. اقرأ الصحف جيداً ولتكن عادة القراءة والتفكير على نحو مستمر؛ فإجابة محدثك قد تتصل بموضوع آخر مثار، وقد تكشف عن آفاق تنعكس على أمور أخرى، قد لايوحى ظاهرها بأنها واردة. وقد توحى هذه الإجابة بسلسلة من الأسئلة، لم تكن فى حسبانك، تؤدى إلى الحصول على ثروة من المعلومات.

وخلال المقابلة.. استمع جيداً إلى الإجابات، وكيِّفها مع ما ترتبط به فى ذهنك؛ بحيث تقود محدثك إلى ربط ما قاله منذ قليل، بما ينطوى عليه من احتمالات على مسائل أخرى. وبهذه الطريقة.. يمكن أن تتجاوز المقابلة الجيدة حدود المتوقع بإزالة الأقنعة السطحية، وكشف ما تحتها.

وخلال المقابلة التى تكشف جوانب الشخصية وأسلوب الحياة.. يبدو أن المندوب يستخرج الصدق، ولكنه يقنع بالصراحة الزائفة، حقائق قليلة يجرى تشكيلها بذكاء على نحو يلائم التليفزيون. و يعلم المندوب الجيد ـ تماماً ـ أن الوقائع تختلف عن الحقيقة، وأنهما ليسا سواء، وأن الاختلاف بينهما قد يشتد حتى يتباعدان. وقد يصبح التشكك ضرورياً للخروج من حالة التعاطف المرهف التى لا مبرر لها؛ فربما يمارس الضيف بعض الأساليب الذكية لكشف مايمكن أن يقبله المندوب من الجد أو اللغو. ولابد أن تستقر السيطرة على المقابلة فى يد المندوب، وإذا كانت للضيف اليد العليا.. تحول اللقاء إلى مهزلة.

ولتكن معك فى كل مقابلة قائمة من الأسئلة المعدة، كما أن عملية كتابة الأسئلة ستساعدك على تنقية تفكيرك، وتحديد الاتجاه الذى تريد أن تتخذه المقابلة. ومع ذلك.. لا تحصر نفسك فى مقابلة مبرمجة سلفاً، تواصل فيها أسئلتك المعدة، دون استماع إلى الإجابات أو الرد عليها.

يجب أن تحسن الاستماع إلى الاجابات لالتقاط الأفكار والمحاور والخيوط، التى تستحق المتابعة؛ فالمرونة هنا أمر حيوى.

وقصارى القول.. إنه يجب عليك أن تستعد بإجراء بحث تمهيدى وإعداد الأسئلة، حتى إذا بدأت فى المقابلة.. فإن الذى سيشكل الحوار فى واقع الأمر هو: من أنت وكيف تفكر؟

وإليك كلمة نصح: تذكر دائماً أنك المندوب، وأن الطرف الآخر هو هدف المقابلة، وأن الجمهور لا يهتم كثيراً برأيك فهو يريد أن يسمع من الضيف. وفى الوقت الذى تحتاج فيه إلى ممارسة السيطرة على اللقاء.. يجب أن تتذكر أنك عامل مساعد. ولست النجم، فلا تتدخل إلا فى أضيق الحدود. ولاحظ أنك إذا تحدثت فى المقابلة المصورة على الكلمات الأخيرة من إجابة محدثك، فسيجعل ذلك إجراء المونتاج أمراً صعباً. دع محدثك ينهى جملته، قبل أن تدخل بالسؤال التالى، إلا إذا كان يستطرد بما لا تنوى أن تأخذه. وفى بعض الأحيان.. يكون من الضرورى أن تلقى بنفسك فى الموضوع؛ لإعادة الحوار إلى مساره، إذا لم يكن هناك من سبيل آخر.

وهناك أنواع كثيرة من الأسئلة، التى يمكن أن توجه خلال المقابلة. وتكون الأسئلة الأساسية استخبارية: ماذا؟ وكم؟ ومتى؟ وأين؟ ثم الأسئلة الاستيضاحية: لماذا؟ ولأى غرض؟ وبماذا تعلل؟ وماذا دار فى مداولاتك؟ ،وكيف كنت تزن حجج الطرف الآخر؟

وثمة أسئلة تستهدف كشف مادة طريفة: كيف علمت لأول مرة؟ ماذا كان رد فعلك؟ ماذا فعلت عندئذ؟ وهناك أسئلة ترمى إلى وضع المعلومات فى إطار أوسع. ماذا سيكون أثر ذلك على جماعات معينة من الناس؟ كيف توفق بين هذا القرار وقراراتك الأخرى؟ ما الذى ينطوى عليه بالنسبة للشئون السياسية والاقتصادية أو التغيير الاجتماعى؟ هل يقدم ذلك دليلاً على تحول فلسفى؟ وهناك أسئلة شخصية: ما الذى تخليت عنه حتى تنجح فى عملك؟ هل هناك ما تأسف عليه؟ كيف أثر نجاحك على علاقاتك مع زوجتك وأطفالك؟ ما الذى دفعك لاختيار هذا الطريق دون سواه؟ كيف تؤثر شهرتك على رؤيتك لنفسك؟

ومن الواضح أن هناك أنواعاً عديدة من الأسئلة بقدر ما هناك من مقابلات، وتعتمد قدرة المندوب على توجيه الأسئلة المناسبة على حبه الشخصى للاستطلاع، وذكائه، وإحساسه بماهية الأخبار.

حاول أن تكون أسئلتك مختصرة. وليس هذا بالأمر السهل دائماً؛ فقد تتعثر حتى تصل إلى التركيز المطلوب، ويتجنب مدير المقابلة التليفزيونية المتمرس أن يضع أسئلة بمقدمات طويلة معذّبة.

لا توجه أسئلة مركبة. اسأل سؤالاً واحداً في كل مرة، حتى تحصل على إجابة واحدة؛ فهذا أيسر على الجمهور الذى يتابعك، كما أن الرد يكون أسهل فى المونتاج. وهكذا.. تتابع إجابة واحدة، قبل أن تنتقل إلى سؤالك التالى، وتذكر أن هذا الأسلوب المفصّل الفعال يوضح الأمر نقطة فنقطة؛ إذ عندما توجه سؤالاً مزدوجاً فى استفسار واحد.. فمن المحتمل أن تتلقى إجابة متشابكة.

ولا تخش أن تبدو غير خبير بالموضوع؛ فأحياناً يستخدم محدثك لغة غير مفهومة، أو يتناول مسألة معقدة بشكل غامض. لك عندئذ أن تتدخل وتقطع الحديث قائلاً : « آسف .. ولكنى لا أفهم. هل تسمح بإيضاح ذلك بلغة سهلة، إنك مدين بهذا للمشاهد؛ لأنه من المحتمل أن يكون أكثر عجزاً منك عن الفهم. فلديك - على الأقل - متسع من الوقت قبل اللقاء لبحث الموضوع، أما مشاهد التليفزيون المسكين.. فهو يجلس فى بيته، ويدخل إلى الموضوع دون استعداد، ومن الصواب تماماً أن تعترف بأنك تجهل حتى تحصل على الإيضاح اللازم.

ويحدث أحياناً - خلال المقابلة - أن يشير محدثك إلى أمر أو إلى شخص، تعرف أنه من المحتمل أن الجمهور يجهله. هنا يجب أن تلقى بثقلك «تعنى بذلك ....» أو «أعتقد أنك تشير إلى ....» وهكذا تجلو الأمر على الفور. تجنب استخدام اجابة تحتاج إلى إيضاح فيما بعد، فى منتصف المقابلة. وإذا لزم أن تستخدم هذا الجزء بالذات.. فاشرحه فى مقدمتك أو تعليقك. ولكن هذا أسلوب معقد يثير الارتباك ولا ضرورة له، ومن الأفضل أن تدفع محدثك إلى إيضاح ما يشير إليه فى حينه، أو أن تتولى أنت ذلك استطرادياً فى حينه أيضاً. تذكر أنك إذا

فهمت ما يشار إليه؛ فقد لا يستطيع المشاهد ذلك، ومهمتك ـ خلال المقابلة ـ أن توضح الأمور للمشاهد.

وتحتاج المقابلة التى تدور حول الجوانب الشخصية، من المندوب بحثاً إضافياً أعمق. عليك أن تحاول الاتصال بأصدقاء محدثك ومعارفه وزملائه؛ استقصاءً لماضيه وأعماقه ورؤيته للأمور وطرائفه؛ مما يثرى اللقاء. وسوف تحتاج إلى قراءة ما كتب عنه، وقد يحتاج الأمر إلى أن تتحدث مع بعض خصومه. وإذا توفر لديك كل هذا القدر من المعلومات، ووجدت أن محدثك يحكى قصة يزكى بها نفسه، يمكنك أن تتدخل قائلاً «حسناً .. ولكن فلاناً وفلاناً لم يسرداها كما تقول». وهذا التصرف الذى يدل على أنك أديت واجب الاستعداد قبل اللقاء، قد يخرس محدثك، ولكنه ربما يوحى إليه أن يكون أكثر دقة فيما يقول.

وثمة كلمة مهمة تتردد فى المناقشات الخاصة بإجراء المقابلات، ألا وهى «الألفة» وهناك المودة والتعاطف. وعندما تقيم مثل هذه العلاقة مع مصدرك الإخبارى؛ فإنك تبنى ثقة واحتراماً متبادلين، وهكذا.. تزول معظم الحواجز بينكما. وقد يكون إنجاز هذا الهدف مع البعض أسهل منه مع الآخرين، ولابد أن تلعب ثقة المندوب، وروحه المرحة ولباقته وحساسيته دورها فى هذا الشأن، وكما هو الحال فى كثير من العلاقات الإنسانية.. يكون التصرف فى الموقف حسب ما يقال فيه، وليست هناك خطوط هادية محددة تستخدم فى كل موقف.

ويمكن أن تسجل المقابلة ثم تعالج بالمونتاج فيما بعد، وقد تذاع على الهواء مباشرة. ومن الواضح أنها ـ عندئذ ـ تنطوى على مخاطرة؛ لأنك لا تستطيع أن تغطى عيوبك بحذفها. ولكن فى مقابل ذلك.. فإنها تتميز بالحيوية الدافقة الطبيعية والجاذبية الشديدة والمعالجة الجيدة؛ إذ يستطيع المشاهد أن يتابع تعاقب الأفكار، ويستمع إلى الإجابات الكاملة. وسواء كانت المقابلة مسجلة أم حية.. تابع الإجابات، ولاسيما ما يحتاج منها إلى استيضاح. ويؤدى العجز الصارخ فى المتابعة إلى امتعاض المشاهد المنتبه، فسوف تنتهى المقابلة ولاتزال فى رأسه أسئلة، فشلت فى إثارتها، وقد خلفت لدى المشاهد شعوراً بعدم الرضا. ومن مآزق إجراء المقابلات على الهواء مباشرة، أنه من المفروض ـ لحظة إعدادك السؤال التالى ـ أنك تستمع إلى إجابة سؤالك السابق، وأحياناً تستعد للنقطة التالية. ويحدث أن تتحرك إليها بسرعة، قبل أن تحظى

النقطة السابقة بالاستيضاح الكافى، وعليك فى المقابلات التى تذاع على الهواء أن تكون مدركاً للوقت. لاحظ إشارات مدير الأستديو، واضبط الإيقاع؛ حتى تفرغ من نقاط الموضوع المختلفة، قبل أن ينقضى الوقت.

وإذا كان وقتك محدوداً.. فمن المفيد أن تقوم بالإعداد التمهيدى لتهيئة ضيفك، قبل بدء المقابلة على الهواء؛ حتى لا تبدد وقت البث فى محادثة غير جوهرية. ولكن كن حريصاً ألا تكشف أسئلتك الجوهرية خلال هذا التمهيد.. ادخرها للبرنامج على الهواء؛ حتى تكون الإجابات فورية وتلقائية، دون إعداد مسبق.

ويتطلب هذا النوع من المقابلات الفورية - المذاعة على الهواء مباشرة - أن يمارس المندوب تنظيماً عقلياً وسيطرة كبيرين؛ فسوف تحاول بعض الشخصيات العامة الخبيرة أن تسيطر على المقابلة، وتقودها إلى آفاق تهمها ولا تهمك أنت؛ فتعطيك إجابات مطولة لأسئلة لم تطرحها، وتحاول - بصفة عامة - أن تستغل الوقت فى أقوال تخدمها شخصياً، وتحجبك عن الأسئلة الحرجة الحاسمة التى تريد أن تطرحها. وإذا كان من يجرى المقابلة حاسماً وفعالاً.. فسوف يئد هذه المحاولة بأدب وحزم فى مهدها. ويمكن أن تسمح لمحدثك بإجابة واحدة من هذا القبيل؛ فإذا تجاوز فبادره قائلاً : « آسف، إنك لا تجيب على سؤالى، دعنى أقوله لك مرة أخرى». كن حريصاً ألا يضيع الوقت، وأنت لم تدخل فى صلب الموضوع؛ فالأسئلة الأساسية لابد أن تُطرح، ويجاب عليها؛ حتى تكون لهذه المقابلة الحية على الهواء قيمة أو مغزى.

وعندما تقترب من نهاية الوقت المخصص.. تجنب طرح الأسئلة المعقدة التى يحتمل أن تتطلب وقتاً طويلاً للإجابة عليها. ويفيدك هنا أن تكون قد أعددت من قبل سؤالاً، يقتضى إجابة مختصرة محددة. وهكذا.. تنهى المقابلة فى اتزان ورشاقة؛ حتى لا تضطر إلى قطع الحديث فى منتصف جملة من الإجابة. وإذا كان الوقت قد انتهى ولا مفر من المقاطعة.. فليكن ذلك، ومحدثك يلتقط أنفاسه أو فى نهاية جملة. ابتسم، هزكتفيك، وقل: «آسف، يبدو أن وقتنا قد انتهى، وإنى لأود أن أشكرك»... وهكذا.

وأحياناً يوضح بعض المندوبين للضيف قبل الظهور على الهواء: كيف ستنهي المقابلة، وما هي الإشارات النهائية، وكيف يتصرف الضيف عندئذ. وهناك وسيلة أخرى .. أن تقول على الهواء «لم يبق أمامنا سوى ثلاثين ثانية، دعني أسألك هذا السؤال» وتلك إشارة تدل الضيف على أنه يجب أن يبلغ ما يريد بسرعة وإيجاز.

وإذا نجحت في أن تُحكِم المقابلة في رشاقة وتناسق وترتيب .. فإنك ستترك لدى المشاهد شعوراً، بأن المقابلة كانت ذات بداية ووسط ونهاية، كما كانت ذات وزن وهدف محددين.

الفصل الثالث عشر

التعامل مع المسئولين

تعتمد معظم الأخبار التى ينشرها المندوبون على ما يقوله المسئولون. ومن الملائم أن تغطى المؤسسات الإخبارية نشاط قادة الحكومة؛ لأن لهم سلطانا قوياً جداً على حياة المواطنين. ومع ذلك.. فإنه يبدو - فى بعض الأحيان - أن المندوبين يغطون أخبار الحكومة على حساب المؤسسات غير الرسمية مثل البنوك والجامعات والشركات واتحادات العمال، وهى أيضاً تتمتع بالنفوذ. وهناك ميل إلى الاعتقاد بأن الحكومة أكثر مسئولية، ويمكن الاعتماد عليها أكثر من المؤسسات الخاصة، حتى لو كان لقرارات المؤسسات الخاصة أثر هائل على المجتمع. والصحافة التى تتجاهل مراكز القوة الخاصة هذه تكون مقصرة فى خدمة الإعلام العام، ولكن هناك أسباباً وراء تركيز معظم الصحافة على الحكومة.

فمن الممكن أن تكون المؤسسات الخاصة غير راغبة فى كشف معلومات حول نشاطها، كما أن المسئولين فيها قد لا يشعرون بأى التزام يدعوهم لإبداء الكيفية والسبب فى قراراتهم. إن قانون حرية الإعلام، الذى يطالب الوكالات الحكومية بإعطاء المعلومات غير السرية لمن يطلبها من الناس، لا تأثير له على المؤسسات الخاصة. ولذلك.. فمن الصعب على المندوب أن يحصل على معلومات من المجالات الخاصة، ومن ثم.. فإنه يتحول إلى المسئولين الحكوميين كمصدر رئيسى لإخباره.

ولكن مع تغطية المندوبين لأخبار الحكومة.. فإنهم يعنون بقطاعات معينة شهيرة وجذابة؛ مما يترتب عليه إهمال قطاعات أخرى، ونتيجة لهذا الاهتمام الذى يميل إلى جانب دون

آخر.. فإن بعض جوانب العمل الحكومى المهمة تتم بعيداً عن عيون المندوبين المستطلعة، فى حين أن قطاعات أخرى تكتظ بالمندوبين. وتعرف هذه القطاعات الجذابة كيف تسعد وسائل الإعلام، ويكون ما ينشر أقرب إلى الدعاية منه إلى الأخبار الحقيقية.

ففى واشنطن - على سبيل المثال - يتجمع مئات من المندوبين كل يوم فى قاعة الصحافة بالبيت الأبيض، ينتظرون ما يسمى على سبيل المزاح «وجبة الساعة الرابعة لإطعام الأسماك»؛ حيث يتحدث السكرتير الصحفى للبيت الأبيض إلى الصحفيين، ثم توزع بيانات مطبوعة يتلقفونها، وقد لا تنطوى على أشياء مهمة. ولاجدال فى أن هناك أنباءً مهمة تنشأ من الرياسة، ولكنها فى معظمها من قبيل الأخبار المتشابهة المبسطة (السطحية)، وهى جديرة أن تترك لحفنة من مندوبى الوكالات للكتابة عنها وحفظها. ويحسن بسائر المندوبين أن يتفرقوا فى اقتفاء أثر نشاط لجان الكونجرس المهمة، وإدارات الزراعة، والعمل، والوكالات التنظيمية، مثل: لجنة الاتصالات الفيدرالية، ولجنة التحكم النووية. ومع أن هذه اللجان والإدارات والوكالات تؤثر فى الحياة اليومية للمواطنين بشكل مهم.. فإنها لا تحظى إلا باليسير جداً من الاهتمام الإخبارى، ما لم تحدث كارثة.

وهذه الملاحظات عن الافتقار إلى التوازن فى تغطية أخبار الحكومة الفيدرالية، تنطبق على أجهزة الحكم المحلى. ويستطيع المندوب الحديث أن يشق لنفسه طريقاً جيداً بإقامة اتصال مع المصادر داخل القطاعات الحكومية، الأقل شهرة وحظاً فى التغطية الإخبارية. ومع ذلك.. فقد يجد هذا المندوب أنه مكلف - فى البداية - بتغطية الأخبار الرسمية التقليدية المتاحة. وعندما يتلقى هذا التكليف.. فإذا كان من الطراز الذكى فسوف يحلل دور المسئول؛ لكى يعرف الفارق بين مظهر السلطة وحقيقتها.

وسيلاحظ على سبيل المثال، أنه بالرغم مما يعلنه عمدة المدينة من أنه سيفعل هذا الشئ أو ذاك؛ فالحقيقة أن سلطة العمدة فى إحداث التغيير محدودة، مالم تدعمه البيروقراطية المتغلغلة فى أجهزة المدينة. وقد تتحول أعظم خطط العمدة إلى هباء؛ بسبب قيود الاتحادات والقواعد التى تحكم التشغيل، ولوائح الخدمة المدنية، والبيروقراطيين غير المتعاونين. ومن المهم للمندوب أن يوضح للجمهور العلاقة بين ما يعلنه المسئول عن اعتزامه، وبين الاحتمالات الواقعية للتغيير، ومن التضليل أن تترك انطباعاً بأن التغيير قادم بفضل ما أعلنه العمدة.

وتشير الاستطلاعات الحديثة إلى أن عدداً كبيراً من المواطنين مستاءون من الحكومة. ولاعجب فى ذلك، فكثيرا ما أذاع الصحفى الوعود الرسمية ثم فشل أن يربطها بالتنفيذ. وعندما يعطى المندوب اهتماماً شديداً بالكلمات.. فإنه يترك انطباعاً بأن كل ما على المسئول أن يصدر قانوناً، أو أن يلقى خطاباً فتحل المشكلة. وعندما ينتبه المواطن - فيما بعد - إلى أنه بالرغم من صدور اللائحة، والانفاق من أموال دافعى الضرائب، لم يتغير شئ.. فإنه يشعر بالغضب، وأنه قد خدع.

ويندر أن تجد فى الصحافة المطبوعة حدثاً غير مزود بالخلفية الضرورية، التى تعين على فهمه وتقييمه. وللأسف.. فإن هذا النوع من المعالجة الإخبارية منعدم فى أخبار التليفزيون المحلى.

وما يحدث غالباً فى أخبار التليفزيون المحلى، هو أن أخبار المسئولين تذاع؛ لأن المسئول شخصية بارزة، ويمكن الوصول إليه بسهولة، أو أن الخبر سيعرض بطريقة تستولى على اهتمام الكاميرا. وترمى النشرات الصحفية التى توزع على وسائل الإعلام، والتى تصاغ بعناية وتنطوى على وعود مغرية بمادة مصورة غنية، إلى جذب ممثلى محطات التليفزيون المحلية، ولا سيما فى يوم تضمحل فيه الأخبار. وعادة ما يفلح هذا الأسلوب فى جذب من يستدرُون الأخبار؛ لأن أخبار التليفزيون المحلى لا تستطيع أن تقاوم هذا الإغراء بل تنشده، وحتى العاملين فى أخبارالشبكات التليفزيونية يستجيبون لمثل هذه الأساليب؛ خصوصاً إذا تعلقت برئيس الجمهورية.

وسواء كانت هذه أخبارا أو لا، فهذه مسألة، أما إذا كانت هناك أخبار أخرى مهمة، لا تتم تغطيتها بسبب مثل هذا الانشغال؛ فهذه مسألة أخرى، أشد خطورة. ويدرك المسئولون الحكوميون، أن التشتيت والتنويع هو إحدى وسائل صرف عقول الناس عن المشكلات الحقيقية، وعندما يساير الصحفيون هذا التكتيك دون التفات.. فإنهم يقصرون فى تحمل مسئولياتهم العامة.

ويتضح مما سبق.. أن وصف الحكومة ووسائل الإعلام بالفرقاء، إنما هو إسراف فى تبسيط علاقة معقدة .. ولو أنك تفحصت هذه العلاقة جيداً.. فستجد من التكافل أكثر مما تجد

من الشقاق. إن الحكومة فى حاجة إلى وسائل الإعلام لنشر أخبارها. ووسائل الإعلام فى حاجة إلى الحكومة؛ حتى تستطيع الدخول إليها والإعلام عنها. فكلاهما يستخدم الآخر، وغالباً مايداوره. وطوال الوقت تقريباً، يعلم كل طرف ماذا يفعل، ولماذا يفعله، وإلى أى مدى يمكن أن يسمح بالاستغلال. أما ما يحدث فى السعى لإظهار الحقيقة، وحق الجمهور فى أن يعرف مايدور.. فهو سؤال مطروح على الفلاسفة. والمؤسف هنا أن مشاهدى التليفزيون ـ من أهل الدراية بشئون الحياة ـ يستطيعون أن يفهموا كيف تدور اللعبة، أما غيرهم من البسطاء.. فإنهم ينخدعون.

إذن... كيف يجب على المندوب أن يزاول مهمة تغطية أخبار المسئول؟ أقول عليه أن يزاولها بحذر، ولعل هذا هو المجال الصحفى الوحيد الذى يهم فيه كثيراً ألا ينسى المندوب ماتستلزمه مسئولياته المهنية. وبالنسبة للمندوب الجديد.. فإنه من المثير جداً ـ ومن باب التباهى وتضخم الذات ـ أن يجد نفسه قريباً من السلطة؛ فهناك حاجة إلى أن يُلتفت إليه، وأن يكون موضع إعزاز، وأن يجذب انتباه أهل القمة. ومن السليم تماماً أن تتحرك بسرعة وتضع بصمتك. ومن الأشياء التى سوف تريدها وتحتاجها، جواز المرور إلى المسئول.. فبينما تجد بعضهم على استعداد للقاء أى شخص تقريباً.. يميل البعض الآخر إلى قصر ذلك؛ مجاملة على من يحبون من المندوبين والمؤسسات الإخبارية.

ومشكلتك هنا أن تحوز الحب الكافى الذى يفتح لك السبيل، ولكن ليس إلى حد الموالاة، وهذا طريق شاق. وأول ما تستطيعه هو أن تحتفظ بمسافة معينة، ولا تدع المسئول العام باسمه، مهما تكن الظروف. استخدم اللقب، وإذا أراد أن يدعوك باسمك، فهذا شأنه، ولكن يجب أن توضح برفق أنه ليس بصديقك، ولكنه شخص يدفع له راتب من أموال دافعى الضرائب، ومن ثم.. فهو شخص يعامل كمصدر إخبارى، بما يجب من إنصاف وأمانة وخشونة فى بعض الأحيان.

وسيحاول السياسيون البارعون نفاقك لكسبك إلى جانبهم، وقد يكون هذا النفاق مكشوفاً، مثل تعليق رقيق على موضوع أذيع لك الليلة الماضية، أو ثناء على تسريحة شعرك أو ابتسامتك. وقد يتمثل هذا النفاق فى أن يخصك بشئ، أو يسرب إليك مستندات قائلاً: إننى أخصك وحدك بهذا. وسيظن المندوب الساذج أنه بذلك قد وصل فعلاً، ولكنه سيصبح أداة فى يد السياسى المتمرس، الذى يريد قناة مباشرة إلى الجمهور، وهكذا.. تتدفق الجاذبية التى إذا

تحالفت مع السلطة السياسية.. أصبحت سلاحاً رهيباً فى يد المسئول. ويعترف المندوبون الذين تابعوا نشاط الرئيس الأمريكى چون كنيدى أنهم قد أخفوا أخباراً عنه، وعن سياساته لأنهم أحبوه وتأثروا بجاذبيته.

إن الصحافة فن ناقص، وعندما ينسى المندوب من هو، وسبب وجوده هنا أو هناك، وعندما يضطرب لديه الفارق بين العلاقة الشخصية والعلاقة المهنية.. فإنه يفقد قدرته على أن يكون منصفاً، هادئاً، وحاسماً.

وفى بعض الأحيان.. يرى الصحفى المبتدئ أن أفضل وسيلة لتعزيز نفسه، هو أن يكون لاذعاً لا يبالى، وقحاً ساخراً. ويتعرض مندوبو التليفزيون - بصفة خاصة - لهذا الداء؛ لأن أسلوبهم هذا يشاهد، وربما يعتقدون أنه سيحظى من جانب المشاهدين بالإعجاب والتصفيق. ومثل هذا المندوب سينتهز كل فرصة لمواجهة الشخصية العامة وإحراجها، والدخول معها فى معركة كلامية، وهذا هو أقصى التطرف فى سلوك المندوب. وتكون علاقته على هذا النحو محدودة جداً بالصحافة، ويفشل فشلاً ذريعاً فى خدمة حق الجمهور فى الإعلام والفهم. ثم إنه فى النهاية سلوك مدمر للذات؛ لأنه عندما تهان شخصية عامة أو تساء معاملتها.. فمن المستبعد أن تحترم هذا المندوب، أو تعهد إليه بمعلومات مهمة. ولكى تدور العجلة، وينجح العمل.. لابد من شئ من الثقة المتبادلة، والاحترام المتبادل أيضاً.

إن السياسى الجيد يعرف «من أين يأتى المندوب» ومنطلقاته، وهو يقدر التزام المندوبين الأدبى، ومستواهم الذهنى وواجباتهم ومسئولياتهم. والمندوب الجيد يعرف أن الصورة مختلفة على الجانب الآخر، وأن للشخصيات السياسية أهدافها ومصالحها وطريقتها فى العمل. ومما لاشك فيه.. أنه لا توجد شخصية عامة تعمل دون أن تكون لها مصلحة ما وكذلك المندوب.. إن الشخصية العامة تريد أن تعرض قضيتها فى أقوى صورة ممكنة لأسباب سياسية. والمندوب يريد أن يأخذ حظه فى المنافسة؛ فإذا فهمت الدوافع وأسلوب العمل لدى كل طرف.. فإنه يمكنك أن تبقى العلاقة فى أبعادها الحقيقية.

وباختصار.. يجب أن تتعامل مع المسئول؛ بحيث لا تكون موضع حب أو موضع كره. إنك تريده أن يخدم مهنتك، وعليك أن تفعل الشئ نفسه. إنها مباراة، ولكنها خطيرة؛ لأنها

تمس الرأى العام. وربما تريد الشخصية العامة أن تخفى أكثر مما تظهر، وهذه هى طريقتها. ويريد المندوب أن يظهر فلا يسمح للمسئول بإخفاء شئ، وسوف يلجأ إلى تكتيكات منتقاة؛ للحصول على المعلومات التى يريدها.

ويصعب كثيراً على مندوب التليفزيون أن يمارس الصحافة الصبورة الوئيدة، التى تؤدى إلى كشف المعلومات المهمة؛ لأنه مطالب بالسرعة، والإذاعة فى اليوم نفسه. وقد تكون الكاميرا نعمة فى بعض الظروف، ولكنها عقبة فى ظروف أخرى. إن العمل الصحفى الأساسى يجب أن يسبق متطلبات الصورة، ويحتاج المندوب إلى إجراء اتصالات، والتحدث مع موظفى الطبقة الوسطى، الذين قد يعرفون أكثر مما يعرف المتربع على القمة، ويطالع المستندات. ويتحدث إلى الموظفين والمحامين ممن لهم صلة بالمسائل المثارة، ويتم معظم ذلك على أحسن وجه دون كاميرا؛ إذ إنها قد تخيف هؤلاء الذين يعلمون كيف تسير الأمور. ويفيد العمل الأساسى الهادئ المثابر التقليدى فى إنجاز موضوعات إخبارية أفضل، لو أمكن المحطات المحلية أن تحرر وقت مندوبيها لهذه المهمة.

وإذا اقتضى الأمر.. قم بذلك على حساب وقتك أنت. أقم علاقات هادئة مع كبار المسئولين؛ فالمندوب الذى لا يلقى المسئول إلا فى مؤتمر صحفى عام.. ليست له ميزة؛ فملامح التحول وتغيير الاتجاه التى يلحظها من يتابع المسئول على نحو منتظم، يفقدها المندوب الذى يندفع على عجل إلى مؤتمر صحفى، ويأخذ بعض اللقطات والمقتطفات ثم ينصرف، وهكذا... تفوته اللمحات الذكية، والمعانى الأعمق والنقاط الأدق، وهذه هى السطحية الصحفية الجوفاء، التى لا تستحق وقت المشاهد واهتمامه.

لا تقلل أبداً من شأن قدرة المسئول على المداورة والمناورة والإخفاء والخديعة، وإظهار غير ما يبطن. ومن ناحية أخرى.. لا تفترض أن كل مسئول يخفى ويكذب. أقبل على المسئول بروح من يقول«أرنى» بلا مداهنة أو عدوانية، ولابد أن يكون موقفك «أنا هنا أؤدى عملى، وأنت هناك تؤدى عملك؛ فلنفعل ذلك بأفضل ما نستطيع وبمودة» .

كن منتبهاً، مبدياً الاحترام. استمع بعناية، ليس لما يقال فقط، ولكن لما لم يقل بعد. وإذا سمعت هراء أو قولاً غير مفهوم.. ابتسم بعذوبة، والتمس الإيضاح والتفسير، ووضوح العبارة.

وتستطيع أن تنزع سلاح المسئول بالإفصاح عن حاجتك إلى الوضوح والتبسيط. إنك تستطيع أن تربح أكثر بحلاوة اللسان دون مرارته، إلا إذا اقتضى الأمر فى بعض الأحيان غير ذلك، وعندئذ لا تتردد.

لا تتهم المسئول بالكذب أو الغش أو عدم الكفاءة، حتى لو ظننت أن فيه شيئاً من ذلك أو كل ذلك.. وجه إليه الأسئلة التى تحمله على الالتزام بصلب الموضوع. انزع أغلفة التعميمات؛ فإذا أدلى بقول عام مثل: «لقد عالجنا أمر هذا المستفيد من الرعاية الاجتماعية بإنصاف»، اسأله: كيف تم ذلك على وجه التحديد؟ وقصارى القول إنك تسعى للوصول إلى الحقائق فى صلب الموضوع، ولابد أن تكون على بينة من أن الكلمات الحلوة لا تخدعك. وفى محطات تليفزيونية محلية معينة.. يقنع كثير جداً من المندوبين بالإجابة الأولى المعسولة عما يسألون، ولا ينقبون لأبعد من ذلك؛ حيث المعلومات الحقيقية دفينة.

وتكمن عقبة خطيرة فى عمل الصحفى التليفزيونى، فى الاعتقاد بأن الخبر الجديد بالإذاعة هو ما يقوم فيه المسئول بالتسجيل مباشرة أمام الكاميرا، وهذا الأسلوب فى معالجة الخبر، يحدد بشكل خطير نوع الأخبار وطابعها. والمسئول الذى ينفذ هكذا إلى الهواء، هو الذى يستمتع بأن يشاهده الناس، ويدعم نفسه، وقد يدرك هذا المسئول ذلك أيضاً، وقد فُتح له باب المرور إلى الشاشة.. إنه يستطيع أن يضع أخباره فى الإطار الذى يلائم أغراضه.

سل نفسك: لماذا هذا المسئول دائماً؟ ماذا يستفيد؟ كيف يخدم ظهوره حق الجمهور فى أن يعلم حقيقة ما يجرى؟ وكم يحجب ظهوره المستمر على هذا النحو أصواتاً أخرى، من أن يُسمع صوتها فى الموضوع المثار؟

ويريد كبار المسئولين الحكوميين أن تصدر أخبار وكالاتهم منهم شخصياً، أو عبر قنوات الإعلام العامة الروتينية، وينزعجون من تسربها عن طريق الموظفين الأدنى مرتبة، ممن قد يعلمون كثيراً عن كيفية تنفيذ ما يعلنه المسئول. كما أنهم ينزعجون أيضاً من الموظفين المارقين الساخطين، الذين قد يتعمدون تسريب خبر إلى وسائل الإعلام؛ حتى يشوهوا الصورة النظيفة التى رسمها المسئول.

كيف يعالج مندوب التليفزيون مسألة الخبر المتسرب؟ عادة... لا يوافق من يسرب الخبر على الظهور أمام الكاميرا. وفى بعض الأحيان... يمكن استيضاح المعلومات المتسربة من مصدر آخر؛ بمعنى أنك تحاول أن تجد مصدراً آخر، يتحدث أمام الكاميرا؛ لأنك تعلم ما تعلم، ولكنك لاتستطيع أن تكشف عن مصدرك.

وإذا فشلت هذه العملية.. فسيكون المندوب أمام خبر يستند إلى مصادر، لا يستطيع الإعلان عنها. وهنا.. يتعين عليه أن يفحص بعناية صدق المصدر ومدى جدارته بالاعتماد عليه، ومدى مصداقية الخبر الذى سربه. ولابد أن ينتبه إلى احتمال الخطأ أو سوء القصد، الذى يرمى إلى إرباك الرأى العام. ولو ثبت أن الخبر صحيح لا يسئ، وسمح لك رئيسك بالمضى فيه.. فإنك تستطيع أن تقدمه مذاعاً باستخدام صور وثائق كدعم لما تقول، وكذلك بعض الوسائل الفنية، والصور الثابتة والرسوم.

لماذا يلجأ شخص فى الحكومة إلى تسريب معلومات معينة لوسائل الإعلام؟ لابد أن تعمل على كشف دوافع هذا الشخص حتى تقيمه كمصدر. وعلى سبيل المثال.. هناك تسريبات رسمية، وهو ما يصدر مباشرة من القمة. وعندما كان هنرى كيسنجر وزيراً للخارجية، دأب على تسريب الأخبار لوسائل الإعلام، عن طريق المندوبين الذين كانوا يرافقونه فى رحلاته حول العالم. وتصنف هذه الأخبار على أنها من مصادر عليا، والحق أنها كانت من وزير الخارجية نفسه. والسبب فى هذا الخداع هو أن العرف الدبلوماسى يقتضى أنه عندما يعلن وزير الخارجية شيئاً... فإنه يحمل الطابع الكامل للسياسة الحكومية الرسمية. وقد يثير الخبر الذى يعزى إلى مصادر رسمية عليا جدلاً عاماً، ويحرك المعارضة لتكشف عن موقفها، وعموماً.. يفيد ذلك كبالون اختبار، دون ربط الحكومة بسياسة معينة. وبعبارة أخرى.. فإن المسئول الحكومى، وهو فى هذه الحالة هنرى كيسنجر، يختبر ردود الفعل لسياسة، لاتزال تحت الدراسة، محتفظاً بالحرية فى تغييرها، إذا وجد أن فيها مجازفة كبيرة.

لماذا تقبل الصحافة أن تساير هذا النوع من المداورة؟ من الواضح أن هذا نوع مشروع من التعاون بين وسائل الإعلام والحكومة، إذا كانت المعلومات المسربة تعطى الجمهور والمسئولين الآخرين، مدخلاً إلى فكر كبار المسئولين وخططهم التجريبية. والذى لا يستساغ كثيراً هنا هو زيف الإجراء، وخداع الجمهور، والأدهى من ذلك.. أن عمليات التسريب

الرسمية من هذا النوع، يمكن أن تكون موضع إنكار ممن سربوها (وهو ما يحدث بالفعل فى بعض الأحيان)، ولما كان المندوبون يشعرون أنهم على عهد بألا يكشفوا المصدر.. فإنهم يقعون فى مشكلة مؤسفة تهز مصداقيتهم.

وقد يستخدم مسئول أسلوب التسريب؛ للإساءة إلى مسئول آخر، يعارض سياسته أو لإحراجه. وقد عرف عن موظفى الطبقة الوسطى، ممن لا يحبون سياسات حكومية معينة، أنهم يسربون معلومات تسئ إلى هذه السياسات. وفى بعض الأحيان.. يكون الدافع إلى التسريب هو استثارة رد فعل من جانب المسئولين الأعلى فى الهيئة نفسها، أو فى جهات حكومية أخرى. ومع نمو القطاعات الحكومية وانعزالها أكثر، عن بعضها البعض.. يلجأ بعض الموظفين إلى التسريب، كوسيلة لجذب اهتمام المكاتب الأخرى؛ فإذا ظهر الخبر فى نشرات المساء أو صحف الصباح.. فإنه يصعب على المكتب الآخر تجاهلها.

وفى بعض الأحيان.. يأتى التسرب من شخص داخل الجهاز الحكومى وخز ضميره مايرى، ويشعر أن كشف المستور يمكن أن يصحح الأوضاع. إلا أن هناك محاذير عديدة فى استخدام المادة المسربة على هذا النحو، وإذا أوشك أى مندوب أن يقدم على ذلك.. فلابد أن يكون حذراً. وفى بعض الأحيان.. يجرى تسريب جزء من المستور فقط؛ حيث تحجب المعلومات التى تناقض ما يريده المسرب. تذكر أن المعلومات المسربة، يمكن أن تكون غير منصفة للمتهم الذى يجهل اسم من يتهمه، وتذكر أيضاً أن الشخص الذى يسرب خبراً جيداً قد يريد منك أن تكافئه - فيما بعد - بنشر خبر آخر، وقد لا يكون هناك ضرر فى هذه الصفقة. ولكن عندما يجد المندوب نفسه مقيداً بالتزام نحو أحد مصادره.. فإنه يكون عرضة لخطر الحل الوسط.

ومما لاشك فيه.. أنه يجب على المرء أن يكون شديد الحرص فى استخدام المعلومات المسربة. ومن الأفضل - بصفة عامة - إقناع المصدر بالتسجيل؛ لأن الخبر الذى يمكن أن يعزى إلى مصدره يكون أرجح وزناً.

ويزداد إلمام المسئولين بوسائل الإعلام وظروفها .. ويؤقتون مؤتمراتهم الصحفية وجلسات الاستجواب والبيانات؛ بحيث تواكب حاجات وسائل الإعلام ومواعيدها النهائية .. وعلى سبيل

المثال.. فإن أيام السبت والآحاد معروفة بقلة أخبارها. ومن المحتمل أن يفوز المسئول الحكومى بتغطية كاملة لمؤتمره الصحفى، إذا عقده فى أحد هذه الأيام .. حتى لو أن مايقوله ذا قيمة إخبارية ضئيلة.. فقد يظهر فى الصفحات الأولى لصحيفة الصباح، أو فى مقدمة أخبار التليفزيون فى مساء اليوم نفسه. ولو أن هذا المؤتمر عقد فى يوم آخر.. لدخل فى منافسة مع أنشطة وخطب المسئولين الآخرين، وقد لا يهتم أحد بتغطيته على الإطلاق.

ويعلم المسئولون المهرة أن أى شئ يحدث بعد الساعة الرابعة، لابد أن يكون مهماً وتجرى تغطيته، ولذلك.. فهم يحرصون على أن ينشطوا قبل هذا الموعد. ومع ذلك.. فلو أن الموضوع مثار جدل كبير.. فإن تأخير عقد المؤتمر الصحفى يحرم وسائل الإعلام من الحصول على وجهات النظر المضادة، قبل موعد الإذاعة. وهكذا.. يضمن المسئول أن ينفرد بالإذاعة، والنشر فى صحف الصباح التالى؛ لأن المندوب لا يجد ـ عندئذ ـ متسعاً من الوقت لطرح وجهة النظر الأخرى. ولن يكون من المناسب الإشارة إلى هذه الحقيقة فى الخبر؛ لأنها ستخبر المشاهد بالسبب فى أن المعارضة لم تُسمع.

ومن الوسائل الأخرى التى يتحكم بها المسئولون فى الأخبار، هى اختيار المندوبين الذين يسمح لهم بالتغطية. فإذا وجد مندوب جديد نفسه مدّعواً ـ دون مبرر ـ لتمثيل مؤسسته فى جولة رسمية، أو مؤتمر صحفى يُختار مندوبوه؛ فليس له أن يشعر أنهم يتملقونه. فربما تكون المسألة هى أن المسئول الذى دعاه يفضل التحكم فى الموقف، أو أن تصدر الأسئلة من مندوب ساذج يجهل خلفية ما يقال، ومدى أهميته، ودقائق معانيه. وهذه هى إحدى الوسائل التى يستطيع بها المسئول أن يستبعد المندوب المدرب، شديد البأس، المتابع للموضوع عن كثب منذ وقت طويل. وهكذا... يحرم المندوب المتشكك من الدخول، فى حين يدعى المندوب حسن النية. وعلى المندوب الجديد، الذى يجد نفسه ـ فى مثل هذا الموقف ـ أن يلم بخلفية الموضوع، قبل حضور المؤتمر؛ فهذه قاعدة يستوى فيها المندوب الجديد والقديم. وعندما يتسلح المندوب بالمعلومات الأساسية.. فقد يدهش المسئول بهذه المعرفة غير المتوقعة بالمسائل المعروضة. ومن الطبيعى أن تكون النتيجة ألا تدعى مرة أخرى، ولكن هذا ثمن قد لا تتردد فى دفعه؛ حتى يعلم المسئول أنك منتبه إلى ما يدور.

وستكون على صواب إذا خرجت ـ من كل ما سبق ـ بإن العلاقة بين المندوبين والمسئولين مسألة معقدة.

وأحياناً تعمل مع المسئول، وتتقبل طواعية ما يعطيك من معلومات وتنقلها إلى الجمهور. وأحياناً أخرى تجعل الحياة صعبة على هذا المسئول، عندما تناوئ ما يقول، وتنشر أوجه نقده ومعارضته. إن المندوبين والمسئولين يمارسون اللعبة وفقاً لما يعتقده الطرفان من أمر دورهم ومسئوليتهم.

ومنذ مرحلة «ووترجيت».. أصبحت قطاعات معينة من وسائل الإعلام متعطشة للدماء فى سعيها؛ للكشف والتعريض وإحراج المسئولين. وقد تجد أن بعض الأنشطة التي توصف بأنها تغطية قائمة على التحرى، لا تعدو أن تكون تافهة مزعجة.

والإحساس المهذب بالحاجة إلى رجال ونساء صالحين؛ لتحمل مسئوليات الحكم وما يعتريها من إحباطات وخذلان، لابد أن يساعد على إثارة هذه المواقف غير السارة والقبيحة أحياناً من جانب وسائل الإعلام. ولاشك أنه من الخطأ تأييد العودة إلى عهد مكارثى، عندما استسلمت وسائل الإعلام لقبول بيانات المسئولين، كأنها حقائق مقدسة.

وفى النظام الديمقراطى.. يعتبر تأييد الجمهور عنصراً مهماً فى النجاح بالنسبة للمسئولين الحكوميين. ويقوم المندوب بدور مركزى فى قدرة المسئول على كسب هذا التأييد، ويحتاج المندوب ـ لكى يؤدى واجبه تماماً ـ أن يفهم طبيعة وحدود السلطة التى يملكها المسئول. إنه فى حاجة إلى أن يفهم الضغوط والإحباطات والإغراءات، التى يتعرض لها المسئول فى عمله. ولكنه يحتاج دائماً ألا ينسى أنه ليس فى خدمة المسئول، أو فى خدمة نفسه.. إن مهمته أن يتولى حراسة الناس، ويتوقف الكثير على حسن استخدامه أو سوء استخدامه لمهارته، كمراقب وناقل أمين، غير متحيز لأعمال المسئولين وأقوالهم.

الفصل الرابع عشر

تغطية أخبار غير الرسميين

يستطيع المسئول الحكومي الذى يتلقى مرتبه من أموال دافعى الضرائب أن يتجنب وسائل الإعلام إذا شاء ذلك، إلا أنه يعرض نفسه لنقد شديد - إن هو فعل ذلك - عندما يتعلق الموضوع بأمور تؤثر في الجمهور. وعندما تتصل بمسئول.. فأنت على قدر معين من الصواب، وأى شخص يدفع له من مال الشعب، هو أحد محاور الشد والجذب بين الصحافة والحكومة.

وعندما تغطى أخبار أناس خارج السلطة.. فإن حقك فى المرور إليهم يكون أقل وضوحاً، فيستطيع الفرد - إذا أراد - ببساطة أن يرفض التحدث معك.. إنه يستطيع أن يقول إنه مواطن خاص، ويرغب فى أن يظل كذلك، وإذا حاولت انتهاك هذه الخصوصية، دون إذنه.. فإنه يستطيع أن يقاضيك.

ومع ذلك.. ففى بعض الأحيان يكون المواطن الخاص، شخصية عامة أيضاً. وفى هذه الحالة يكون حقه فى الخصوصية أقل من غيره، وعندما يقبل المرء دوراً قيادياً فى أحد المجالات غير الحكومية مثل قطاع الأعمال والتعليم.. فإنه يخرج من نطاق المواطن العادى، وقد يُغفر للمندوب إذا زاد من درجة الإصرار والجرأة فى ملاحقته. ويحتاج كثير من الصحافة التليفزيونية من المندوب أن يجرى مقابلات مع مواطنين، لا يؤدون دوراً رسمياً أو عاماً، وينتمى هؤلاء المواطنون إلى مستويات تعليمية، وخبرات وأجناس مختلفة، تتباين معتقداتهم ومواقفهم. ولابد أن يتعلم المندوب كيف يتعامل مع كل واحد منهم، ويستخرج منه المعلومات التى يريدها.

وموقف المندوب هو العامل الأول فى تحديد مدى نجاحه فى إقناع الشخص، الذى يقابله فى أن يتحدث، وأن يكون حديثه أميناً حراً.

ويلجأ بعض المندوبين إلى الجعجعة والتخويف؛ لإقناع الناس بالتحدث أمام الكاميرات؛ فهم يندفعون والميكروفون فى أيديهم ويوجهون أسئلة تتجاوز حدود الأدب إلى حد الإهانة أحياناً، ويحبون أن يكون استفسارهم بلهجة شديدة، على أمل أن هذا الأسلوب كفيل بإظهار الحقيقة. وغالباً.. فإن الذى يظهر - فى هذه الحالة - ضرب من الانفعال وليس المادة الإعلامية؛ فالشخص الذى يتعرض لمثل هذا الموقف إنما يؤخذ على غرة، ويحتمل أن يظهر فى صورة سيئة من الغضب أو ضيق الصدر.

ويستمتع بعض المندوبين عندما يُضيِّقون الخناق على الآخرين، ويدفعونهم الى وضع سئ؛ لأن ذلك يظهرهم أهل شكيمة لا يتزحزحون. ومن المؤسف أن بعض القيادات التليفزيونية توافق على هذا السلوك، بل وتشجعه، على أساس أن مندوبيهم يصبحون بذلك من الشخصيات التى لا تُنسى، والتى تجذب المشاهدين. ومن العسير أن تجد صلة لهذا السلوك بواجبات ومسئوليات المندوب؛ من حيث إعلام الجمهور.

ومع ذلك ففى بعض الأحيان.. يستلزم الأمر أن تكون شديداً وحاسماً؛ فلو أن شخصية مهمة كانت تتجنبك أو تقيم الحواجز دونك.. فقد تجد نفسك مضطراً لأن تلجأ إلى تكتيكات حرب العصابات. إلا أنه ينبغى إدخار هذه الأساليب للأخبار المهمة والمعلومات الجوهرية، التى لايمكن الحصول عليها بطريقة أخرى. وحتى فى هذه الحالة.. لابد أن تكون على مستوى أخلاقيات المهنة، وتعامل مصدرك بتقدير واحترام يليقان بمركزه.

وعلى الطرف المناقض لهذا الإجراء.. يسهل جداً إحباط بعض المندوبين عن متابعة المقابلة، فينسحبون بمجرد سماع كلمة «لا»، وتضيع منهم فرص كثيرة ممتازة. وفى بعض المناسبات.. لا تتعدى كلمة «لا» أن تكون رد فعل عفوى، وقد تكون تعبيراً عن الخجل. وقد يقول المواطن: من، أنا؟ ولماذا أنا؟ ويصرفك، وبقليل جداً من المثابرة.. قد تستطيع أن تقنع هذا الشخص نفسه بالموافقة، وأنه يستحق الاهتمام.

ومن الواضح أن هناك أنواعاً كثيرة من المقابلات والمواقف الإخبارية، بقدر ما هناك من أخبار. وعلى المندوب الجيد أن تكون لديه حساسية فائقة، إزاء الاختلافات الدقيقة بين الظروف وسلوك الأشخاص أيضاً. وقد يكون المدخل أنك تريد أن تتملق من تحدثه، أو أن تقنعه بأنه مهم وأن ما يقوله يعتد به، أو أن تعزف على رغبته فى أن يشكل الأحداث مع أنه يبدى شيئاً آخر. وقد تقنعه بلطف أنه عندما يتحدث.. إنما يؤدى خدمة عامة ويساعد الآخرين. باختصار.. يجب أن تكون - إلى حد ما - طبيباً نفسياً تبحث عن مفتاح.

وتذكر أن الكاميرا فى حد ذاتها يمكن أن تكون مصدر تخويف. واحتمال مواجهة الكاميرا فى مقابلة مسجلة أمر يخيف الشخص، الذى لم يألف معدات التصوير والفنيين، أو البوح بما فى نفسه على هذا النحو. وحتى تمهد الطريق لمن تحدثه.. كن لطيفاً ودوداً مسالماً، واجتهد فى إقناعه بأن الموقف ليس صعباً إلى هذا الحد.

وتذكر أن حقيقة كونك مندوب تليفزيون، وربما ذو وجه مألوف لمن تحدثه، قد يصيبه بالتجمد فلا ينطق. فلست روبين سميث الإنسانة، وإنما مندوبة التليفزيون، ولذلك.. فإن مهمتك أن تقدمى نفسك كمخلوق عادى مجرد من الأبهة، ولم يهبط من علياء التليفزيون. وحتى تحققى المودة.. فإنك فى حاجة إلى أن تتذكرى أن المندوبة التى أحاطت بها شهرتها ولاتستطيع أن تتغافل عنها، يمكن أن تدمر قدرتها على التحدث إلى المواطنين على إختلاف ألوانهم ومشاربهم.

لا تتعال فى حديثك مع الناس، ولا تنظر إليهم من أعلى، وكأنهم شئ أدنى. إنك فى حاجة إلى أن تكون بسيطاً فى حديثك، مباشراً بعيداً عن التقعر الأكاديمى؛ حتى يستطيع الناس أن يفهموا ما تقول. وفى الوقت نفسه كن حريصاً ألا تتغطرس أو تفرض الوصاية؛ فالمواطن العادى أحسن كثيراً مما تعتقد.

وأول ما يجب عليك أن تحاوله، طمأنة محدثك. ويجرى هنا شئ من المرح وروح الدعابة، وكذلك شعورك أنت أيضاً بالإرتياح. فإذا كنت فى عجلة وقلق.. فإن توترك ينتقل إلى من تتحدث معه، وستلحقه العصبية هو أيضاً. إنك بحاجة إلى أن تقيم الرباط الإنسانى بينكما على النحو الذى يتيح لكما أن تتواصلا وتتحدثا بارتياح وروية مثمرة.

إن مهمتك تستدعى أن تستخرج ما لدى الشخص الذى تحادثه، ولكن يجب أن تكون حريصاً ألا توحى إليه بالأفكار أو تلقنه ما يقول، أو تضع الكلمات فى فمه.. فهنا يكمن الخطر، فأنت وقد تدبرت الموقف سلفاً فى رأسك أو خططته وتمثلت كيف يكون الخبر، والفقرة التى تريدها من محدثك.. فإنك تصر عليها حتى لو كانت خلاف ما يريده.

وهذه هى أسوأ حالات الصحافة التليفزيونية. فجة، خادعة. ولاشك أنك رأيت شيئاً من هذا يحدث على الهواء. المندوب يقول :

إنك تشعر بالغضب. أليس كذلك؟ نعم.

وتريد أن تنتقم منه؟ نعم.

وستجد طريقة للنيل منه؟ بكل تأكيد.

والخطأ هنا هو أن المندوب، كما يفعل بعض المحامين، يقود الشاهد؛ فهو يشكل أسئلته على نحو يغرى محدثه بمسايرته. كما أن الأسئلة مصاغة؛ بحيث يكون الرد عليها «بنعم» أو «لا»؛ بدلاً من الإيضاح الكامل بالتعبير الحر.

ويمكن الحصول على المعلومات نفسها لو طرحت الأسئلة على النحو التالى : ماذا تشعر؟ وماذا تريد أن تفعل؟ وما الذى ستفعله؟ فلو أن من تحادثه غاضب ويدبر للانتقام، فقد عرف المندوب ذلك، ولكن بأسلوب أكثر حيدة وأمانة وهو يختلف عن الطرح الأول.

وقد تحدث مفاجأة؛ فقد لا يكون الشخص الذى تحادثه غاضباً وربما تكون الحقيقة أنه يشعر بالإشفاق أو الأسف، وربما يكون قد عفا. وستقلب هذه الإجابة غير المتوقعة خطط المندوب رأساً على عقب؛ فهنا يواجه المندوب بحقيقة أن الخبر ليس نصاً مكتوباً كما فى المسرحيات، والطبيعى أن يتابع المندوب الخبر كما يحدث وليس كما يتصور.

ويصر بعض المندوبين على تشكيل الخبر بالفيديو كما يريدون؛ بحيث يجرون «بروفات» على مقاطع من المقابلة أو الحدث نفسه، ويقعون أسرى للوسيلة، ولتذهب إلى الجحيم أمانة الرسالة. وهذا مسلك غير أخلاقى، ويستدعى رفض الخبر فى محطات التليفزيون الأكثر احتراماً.

ومع ذلك.. فإن بعض نقاد أخبار التليفزيون يبالغون كثيراً فى مسألة البروفة أو الإعادة، فليس أمراً مرفوضا فى كل الأحوال أن تطلب إلى محدثك اختصار الإجابة على نفس السؤال، الذى قد تكون سألته من قبل. فأنت لا تضع الكلمات فى فمه ولا تغير مما يقول. وإنما تطلب إليه أن يعيد ما يقول، ولكن باختصار، تماماً كما تطلب من الكاتب الصحفى أن يختصر بحسب المساحة المتاحة، فلا ضير فى ذلك مادمت لا تطلب تغيير المضمون.

ويميل المندوب العادى إلى التعاطف مع الشاب الصغير، ولا خطأ فى ذلك ما دام لا يؤثر فى الموضوعية المهنية. وكل ما عليك أن تتحرى صدق المعلومات، حتى لو جاءت من مصدر تتعاطف معه. وأنت تعرف أن الشبان الصغار يكذبون حتى يجملون صورتهم أمام الكاميرا، ولابد أن تطبق معياراً صارماً فى قياس مدى صدقهم، تماماً كما تفعل مع أصحاب المناصب الكبيرة.

كيف تستطيع ذلك دون أن تخيف من تحدثه؟ عليك أن تطلب التحديد والدليل والبرهان، ولكن دون أن تبدو ممثلاً للإدعاء أو وكيلاً للنيابة. والأسلوب المناسب هو : سيدتى.. إننى أقوم بواجبى فقط ...

وللتعميمات والآراء مكانها فى الأخبار، إلا أن الحقائق والأمور المحددة هى خلاصتها. وكثيراً ما يهتم التليفزيون بالصخب والانفعال الفارغ، ولكن يظل الخبر المفصل المقنع بالدليل، هو الذى يزيد فهم الجمهور، ورصيده من المعرفة.

وأقولها ثانية.. عليك أن تتذكر لماذا تفعل ما تفعل. وليس من أهدافك أن تنحاز إلى الشاب الصغير أو المسئول الكبير. فهدفك الاستجلاء، وكشف الأكاذيب الدقيقة، وإلقاء الضوء على الجوانب المظلمة. عليك توجيه الأسئلة النافذة، الأسئلة السديدة، لتدفع محدثك أن يواجه حقائقه بدلاً من أمانيه.

ويحلو لبعض الأشخاص أن يلعبوا دور الضحية. ومن الأسهل على المرء أن يلوم والديه أو ظروفه، وربما المجتمع كله، بدلاً من أن يلوم نفسه، وليس من الشائع فى هذا الزمن أن يحمِّل المرء نفسه بعض المسئولية فيما يواجه من أزمات. وتستند معظم الأخبار على افتراض أن كل

حدث ليس وراءه سوى سبب اجتماعى، وقد يدفع هذا الفهم بالمندوب إلى البحث عن كبش فداء رسمى، فى حين تكون الحقيقة غير ذلك.

ولو سألت مواطناً عادياً يواجه مشكلة: على من يقع اللوم؟ فإنه يجد من يلوم أو ما يلوم. ولكنك لو سألته بدلاً من ذلك ـ تقريراً مفصلاً ـ كيف وصل إلى ما هو فيه، وماذا فعل، وما لم يفعل؟ فمن المحتمل ـ عندئذ ـ أن تصل أكثر إلى الحقيقة. وليس ذلك اعتراضاً على القضية المنطقية فى أن كثيراً من المشكلات الشخصية ينشأ لأسباب اجتماعية وسياسية. وكل ما فى الأمر ألا تفترض ابتداءً أن السبب الاجتماعى هو العامل الأول فى كل موضوع. إن الحياة أكثر من ذلك تعقيداً، ونحن إنما ننتقص من استقلالية الفرد وكيانه، عندما نحوله إلى مجرد وليد للقوى الاجتماعية.

وللتليفزيون قوة هائلة فى كشف فردية البشر، وتعقد العالم الحقيقى، والطريقة التى تتفاعل بها القوى الاجتماعية مع الفرد. إن المندوب الذى يتعامل مع المواطن العادى؛ بحثاً عن كبش فداء اجتماعى، إنما يبالغ فى تبسيط الحقيقة. إن الإحساس الذكى المتوازن بسلطان العوامل السياسية والاجتماعية وحدودها فى إحداث التغيير، سوف يساعد المندوب على تحقيق النضج والمسئولية فى عمله.

إن درجة التشكك المناسبة يمكن تطبيقها على كل من تتصل بهم، حتى من يزعمون أنهم فوق النقد، وأنهم من الرموز المقدسة. كما أن الاعتقاد بأن حل المشكلات يستلزم إنفاق أموال طائلة هو نقطة فى الموضوع.

وأفضل المندوبين هو من يتخذ موقفاً وسطاً بين التحرر والتحفظ... إنه يرى أن الأمور تتحول وتتبدل، وأن الأفكار القديمة التى سادت زمناً لم تعد صالحة، وأن ثمة نظرة أخرى قد جدت. وإذا أراد أن يحسن عمله.. فليجرد نفسه من العقلية الجماعية، ويثير الأسئلة التى تهاجم القضاياوالمشكلات من زوايا مختلفة غير متوقعة؛ متوجهاً بها إلى المواطن العادى، أسوة بالمسئول العام.

ويتضح لك مما سبق.. أن التعاطف مقبول ولكن دون انحياز؛ فالمندوب ليس أداة لفلسفته أو فلسفة غيره. وفى معرض قياسه لما هو قائم بما هو ممكن.. فإنه يحتاج إلى الالتزام فى المقارنة بحدود ما هو ممكن. وفى العالم الفاضل، أو عالم الكمال.. لا مكان للألم أو الفقر أو

البطالة أو الحزن، ولكن العالم ليس كاملاً وكذلك الناس. ومهمة المندوب أن يُعلِم عن الأحداث، وأن يشرحها ولكن بوعى وواقعية. إن عدداً قليلاً جداً من القضايا ينقسم بوضوح بين جانب مطلق فى خيره وآخر مطلق فى شره؛ فهناك صراع فى كل جانب.

ويحتاج المندوب فى التعامل مع الناس أن يفهم إلى أى شئ ينتمى الشخص، ومن أين هو قادم، وأن يحترم حقيقة أن قيم هذا الشخص ونظرته إلى العالم قد تختلف اختلافاً جوهرياً مع ما يراه هو. وفى الوقت نفسه.. لابد أن يدرك المندوب أنه من الأسهل على محدثه أن يشن هجوماً كلامياً عن أن يقدم حلولاً محددة. وتقتضينا الصحافة الجيدة أن نتحول من الكلام السطحى السهل إلى إيضاح البدائل والخطوات اللازمة لإحداث التغيير. وسوف يطلب المندوب التليفزيونى الجيد من محدثه أن يواجه مشكلات الطرف الآخر، ويوضح كيف يمكنه التعامل معها.

كذلك.. يحتاج المندوب إلى أن يتلمس مصدر غضب من يحدثه. وفى بعض الأخبار.. يكون الهدف المختار هو الأسهل أو الأقرب، فى حين قد تكون الحقيقة هى أن الفرد غاضب من نفسه؛ لأنه لم ينجح. ومن الواضح أنه لابد من تقييم المصادر التى يتوجه إليها المندوب؛ للتحرى فى موضوع أو خبر. ويستهوى أخبار التليفزيون - بالذات - أن تتجه إلى الشخص الأفصح والأعلى صوتاً والأكثر استعداداً، وهكذا.. تسبق الحاجة إلى المظهر، الحاجة إلى الحقيقة. وغالباً ما يؤثر التليفزيون الأكثر تطرفاً؛ لأن ذلك يبسط الأمور، ويوضحها بالضرورة. إن الأخبار التى تعتمد على: إنه قال هذا ولكنها قالت ذلك، تنطوى على تكثيف وطابع درامى، إلا أنه مالم يعقبها إيضاح، يكشف عن مواطن الفشل والزلل، ومجالات الحلول الوسط.. فإنها تنتهى إلى الخضوع للعاطفة دون العقل وتسئ إلى الجمهور.

وفى بعض الأحيان.. تصادف شخصاً يهاجم «النظام» وعادة ما تكون الشكاوى ضد النظام عامة جداً، وهلامية، غير محددة المعالم. وقبل إذاعة مثل هذه الشكوى.. عليك أن تسأل محدثك أن يحدد ماذا يعنى بالنظام، وأن يحدد أى قطاع فيه، هو المفتقر إلى الإنصاف، وكيف يمكن أن يتصرف لو أمكن له ذلك. وإياك أن تقلل من قوة المقابلة التليفزيونية، فى حمل المتحدث على أن يرى ثقوب قضيته، أو فحص ما ينطوى عليه موقفه. وينطبق هذا

على المواطن العادى كما ينطبق على المسئولين. ولابد لكل من يشارك فى برنامج إخبارى بالتليفزيون أن يكون قد راجع موقفه.

ولابد أن تكون لدى المندوب قدرة على أن يميز بين المهم، وبين المحورى فى الموضوع، وأن يقود محدثه فى هذا الاتجاه. ومن السهل جداً - فى التليفزيون خصوصاً - الرضا بحلاوة اللسان والقشور المبهجة، وترك صلب الموضوع دون أن يمس. وقد تكون هناك ثروات مذهلة وكامنة، دفينة فى عقول المواطنين العاديين وقلوبهم، لا تستلزم منك للكشف عنها إلا أن تسأل. وكتاب ستدز تيركل Studs Terkel الرائع «العمل» تأكيد لهذه الحقيقة.. إن التعليقات القيمة لعمال الصلب والمضيفات والبائعين، والمواطنين العاديين من كل آفاق الحياة تبين ما يمكن أن تكشف عنه الصحافة الجيدة والمقابلات الذكية. لابد أن تعمل لإزاحة الغيوم، وأن تنفذ إلى ما وراء الخرافة، وأن تسعى إلى المفهوم الأوسع لما يقال لك.

ومن بين جوائزك - كصحفى - أنك تتعلم باستمرار، ومن المهم أن يكون لك عقل مفتوح دائماً، وأن تتوفر لديك الرغبة لاقتفاء أثر المعلومات التى لم تتوقعها ولم ترد سماعها. ولدى بعض المندوبين أفكار مسبقة عن الشاب الطيب والشاب الشرير، ومن ثم.. يقعون فيما أسماه وليام سافير William Safire أحد كتاب الأعمدة فى صحيفة نيويورك تايمز New York Times «الانتقاء الاختيارى للخطأ»؛ لأن ما تُعلم عنه، عندئذ يكون ثنائى المستوى؛ حيث يهاجم المندوب من يعتقد أنهم لا يستحقون، ويميل مع من يعتقد أنهم يمثلون الجانب الطيب. وهنا يحدث القصور فى فهم حركة المجتمع؛ لأن المشاهد يحصل على صورة واحدة من العالم الحقيقى، تمثل المفهوم الشخصى للمندوب، وبالقطع ليست هذه مهمة الصحافة المنصفة.

الفصل الخامس عشر

الكتابة للتليفزيون

الكتابة الجيدة، هى الكتابة الجيدة بغض النظر عن الوسيلة التى تنشر فيها. وأهم ما يميزها هو الوضوح والبساطة والإحكام والتلوين. ولكن الكتابة للتليفزيون تختلف عن الكتابة للصحف؛ لأن الذى يكتب للتليفزيون، يستهدف الوصول إلى المستمع أو المشاهد وليس القارئ.

ويمكن أن يقرأ الخبر فى الصحيفة مرة ثم تعاد قراءته. وهنا يتحكم القارئ فى سرعته. ويستطيع أن يتوقف عن القراءة ليتأمل كلمة أو عبارة، إن هى استغلقت عليه. وإذا لم تفهم الكلمة المنطوقة فى المحادثة بينك وبين الناس.. تستطيع أن تطلب إعادتها لأنها فاتتك، ولكن المشاهد لا يستطيع أن يوقف المندوب فى وسط الخبر، الذى يذاع يسأله إيضاحاً. ولهذا.. فإن الكتابة للإذاعة تستلزم أن تصوغ الكلمات، وتلقيها بطريقة تستوعبها الأذن على الفور.

وأسلوب الكتابة الإذاعية هو الأسلوب الطبيعى السلس؛ فهو أقل تعقيداً وتكلفاً من أسلوب الكتابة المطبوعة. وبالرغم من أن المندوب يسجل نص الخبر على الورق.. إلا أنه - فى الحقيقة - كأنما يتحدث إلى آلته الكاتبة. إنه يحكى الخبر كأنما يبلغه صديقاً أو أحد معارفه، ولكنه مجرد من الآراء الشخصية والزخارف. إن الكتابة للتليفزيون هى طراز مستحدث من فن الراوى القديم، تعززه الصور.

وقبل أن تشرع فى كتابة أى شئ سيسألك رئيسك : ماذا عندك؟ وهنا ستخبره بالموضوع بلغة بسيطة طبيعية لا زيادة فيها. وإذا جمعت معلوماتك جيداً، واستوعبت معانيها وأهميتها.. فلابد أن تكون قادراً على إيضاح الموضوع باختصار وذكاء.

أما إذا كانت تغطيتك غير كافية، ولاتزال مرتبكاً فيما يتعلق بمغزى الموضوع؛ فالأرجح أن ترد على رئيسك فى تخبط وارتباك، وهنا يأتى خبرك الذى تكتبه على نفسه القدر من الارتباك والتخبط.

فكر قبل أن تتحدث إلى رئيسك، وقبل أن تفعل أى شئ. إن تتابع الخبر لابد أن يكون واضحاً فى ذهنك، قبل أن تحاول نقله إلى الآخرين.

تذكر أن الخبر يجب أن يكون بمفهومه الصحفى، وليس مجرد الصور التى سجلتها.. وثمة إغراء فى أن تقول لرئيسك أن الصورة مفعمة بالحيوية والتلوين، فى حين أن هذه الصورة توضح قليلاً من المعلومات التى جمعتها وقيمتها الاخبارية. تجنب هذا الإغراء، والتزم بالروح الصحفية. تصرف كصحفى يتعامل مع الأفكار والمعلومات، وليس كصانع الفيلم السينمائى، وستحظى باحترام أكبر إن فعلت ذلك.

ومما سبق.. تستطيع أن تعرف أن أول خطوة فى الكتابة للتليفزيون، هى تحديد موضوع الخبر، هذا هو دليلك، ويتجلى ذلك فى المقدمة التى تكتبها لكبير المذيعين. وتستطيع أن تكتب مقدمة خفيفة أو ثقيلة، ويعتمد ذلك على أسلوبك فى تشكيل الخبر.

وتحتوى المقدمة المركزة، وقد تسمى الثقيلة، على جوهر ما حدث وأهم المعلومات، وهى مقدمة يقرؤها مذيع النشرة، ثم يقدم المندوب عرضا لتفاصيل الخبر. ومهمتك هنا أن تقدم الشواهد والخلفية والتفسير ووجهات النظر الأخرى.

أما المقدمة الخفيفة.. فهى عبارات تستهدف الاستهواء، ثم تنتقل إلى المندوب؛ ليعرض صلب الخبر.

وتؤثر تعبئة الصور أى إعدادها وتوليفها على عملية الكتابة للتليفزيون؛ لأنك عندما تختار مقطعاً بالصوت أو عدة صور للتعليق عليها.. فإنك تفعل ما يفعله المندوب الصحفى، عندما يحدد الفقرة المباشرة التى يأخذها، وأين يضعها وكيف يستخدمها. وتحدد هذه التعبئة أيضاً الشكل العام للخبر وبناءه.

ومرة أخرى أقول إن منهجك فى تعبئة الخبر، يعينك فى تقرير كيفية الكتابة لمذيع النشرة، وأعنى المقدمة .. هل تكون خفيفة أم ثقيلة؟

وإليك نموذجاً للمقدمة «الخفيفة» :

- مذيع النشرة : أدلى العمدة هارفى بعد ظهر اليوم ببيانه المنتظر- منذ وقت طويل - بشأن مصير نائبه. التفاصيل مع روبين سميث :

وإليك نموذجاً للمقدمة «الثقيلة» :

- مذيع النشرة : بعد أسبوع من الشائعات والقلق.. طلب العمدة هارفى من نائبه هلدنبراند أن يستقيل. روبين سميث تتابع الخبر.

ففى المقدمة الخفيفة.. يحاول مذيع النشرة أن يشد اهتمام المشاهد بقوله: ها هى الأخبار التى كنا جميعاً بانتظارها، ثم يترك الأمر للمندوب الذى يعطى التفاصيل المحددة لما حدث.

أما فى المقدمة الثقيلة.. فإن مذيع النشرة يقول هذا ما حدث، ثم يقدم المندوب؛ ليحكى كيف كان ذلك ولماذا والمبررات.

وسواء كنت تكتب لمذيع النشرة أو لنفسك فى مقدمة بالكاميرا، أو على الصور التى التقطت، لا تنس المبادئ الأساسية. استخدم أبسط الجمل وأشدها إيضاحاً. قل لنا من الفاعل، وماذا فعل وفيمن، وتجنب الجمل الطويلة المتشابكة التى يعتمد بعضها على بعض. وإذا استطعت أن تجزئ المعلومات إلى جمل قصيرة مفيدة.. فإنك بذلك إنما تساعد المشاهد على استيعاب كل جزء وهضمه، قبل الانتقال إلى غيره.

وليس معنى ذلك أن تكون الكتابة شديدة التبسيط؛ حتى تبدو كأنها كتابة للأطفال. ومع أن مشاهديك ينتمون إلى مستويات تعليمية متباينة.. إلا أن ذلك ليس مبرراً لأن تكتب، وكأنك تخاطب عقولاً فى السادسة من العمر. إن البساطة والإيجاز لا تمنع من الكتابة بحيوية وتدفق طبيعى بين الجمل.

استخدم الألفاظ المألوفة للسمع، فبعض الكلمات يندر سماعها. وإذا قيلت.. فإنها تثير ارتباكاً واستغراباً. وإذا كنت تكتب كلمة لا تعرف كيف تنطق؛ لأنك لم تضطر من قبل لنطقها؛ فمن الحكمة أن تختار غيرها مما تألفه الأذن، وهناك كلمات نستخدمها في الحديث، تختلف - في بعض الأحيان - تماماً عما نستخدمه في القراءة أو الكتابة.

وفي حديثنا العادي.. كثيراً ما نستخدم الاختزال. أما في الكتابة الرسمية.. فنحن لا نلجأ إليه بصفة عامة. اكتب سلسلة من الجمل، التي تشتمل على كلمتي، "do not" , "will not" "is not" ثم اقرأها بصوت مرتفع.. ستلاحظ على الفور جفاف جرسها. ونحن في الخطاب العادي لا نتحدث كذلك، ويشيع الاختزال في الكتابة الإذاعية. ولكن لابد من الحرص على ألا يكون استخدامها سبباً في إرباك المستمع؛ ففي بعض الأحيان يكون استخدام "did not" أفضل من "didn't"لأن الاختزال يمكن أن يفوت الأذن. استخدم الاختزال بعناية؛ لتحقيق التأكيد والوضوح.

وتختلف الكتابة الإذاعية عن الكتابة الصحفية من عدة وجوه، واليك نموذجاً لمقدمة صحفية :

انخفض عدد رجال الدورية في مدينة ميدل تاون Middletown في العام الماضي؛ نتيجة خفض حاد في الميزانية، بينما زادت الجريمة بالنسبة نفسها.. صرح بذلك روجر ماريون، مدير شرطة المدينة.

اقرأ هذه الجمل بصوت مرتفع، ستلاحظ أن ما يصلح للصحافة أقل من أن يرضي الأذن.

وهنا يعاني المستمع في استيعاب المعلومات؛ لأنه لا يعرف المصدر في البداية، وحين يعرف المصدر.. تكون الحقائق الأساسية قد فاتته.

تذكر أن الناس، غالباً ما يشاهدون التليفزيون، وهم مشغولون بأداء أشياء أخرى.. يعدون لطعام العشاء، يحيكون، يأكلون، يؤدون بعض الواجبات المنزلية. ولا يمكن افتراض توفر الحد المعقول من الانتباه والاهتمام؛ لذا لابد أن تبني خبرك الإذاعي بطريقة تجذب اهتمام المشاهد، وتقدم له المعلومات على نحو يسهل استيعابه.

ومن هنا.. تستطيع أن تكتب للتليفزيون على النحو التالي :

يعرف كل من يعيش فى ميدل تاون، أنه قد حدثت سرقات كثيرة فى الفترة الأخيرة، ويقول روچر مايون - مدير شرطة المدينة - إن انخفاض عدد رجال الشرطة فى العام الماضى هو أحد أسباب ارتفاع نسبة الجريمة. ويقول مدير الشرطة إن الخفض الشديد فى الميزانية قد أجبر سلطات المدينة على خفض عدد رجال الدورية، بنسبة خمس عشرة فى المائة، وقد ارتفعت معدلات الجريمة بالنسبة نفسها.

لاحظ أنه بالنسبة للتليفزيون.. فإن هناك جملة افتتاح خفيفة، وهى من النوع الذى يقال فيه إنه يفتح الطريق. ويدرك الكاتب أن المشاهد يمكن ألا يكون منتبهاً تماماً، ومن ثم.. فهو يبدأ بمثل هذه الجملة، التى تجذب انتباه المشاهد، ثم ينتقل إلى صلب الخبر.

لاحظ طريقة تقطيع أجزاء الملعومات المختلفة، جملة، جملة، فى حين أن مقدمة الخبر فى الصحيفة جاءت فى جملة واحدة، وجاءت فى الخبر التليفزيونى قطعة بقطعة :

١- جملة لجذب المشاهد : إذا كنت تعيش فى ميدل تاون.. فأنت تعلم كيف ساءت الأحوال.

٢- جملة تدل على مصدر الخبر، وتربط الجريمة بخفض عدد رجال الشرطة.

٣- جملة تدل على السبب فى هذا الخفض ونسبته.

لاحظ فى الأسلوب الصحفى أن المعلومات تأتى قبل المصدر. أما فى الأسلوب الإذاعى .. فإنك تذكر المصدر قبل أن تورد ما يقول، وكذلك تضع الوظيفة قبل الاسم وليس بعده، كما تختزل الوظيفة إلى أبسط مدلول.

لاحظ أن اسم المصدر، فى الجملة الثالثة من النموذج الإذاعى قد تكرر. والقصد من ذلك هو مساعدة المشاهد، الذى ربما قد فاته الاسم عندما ذكر فى المرة الأولى. إن إعادة التعريف هذه، قد تكون أكثر فائدة فى الخبر الذى يذاع دون صورة أكثر من التعليق المصور؛ حيث يمكن عرض اسم مدير الشرطة عندما تظهر صورته، وذلك بالكتابة الإلكترونية على الصورة.

لاحظ زمن الجمل.. فغالباً ما يستخدم الفعل المضارع أو المضارع التام فى الأخبار الإذاعية، فى حين يقتضى المنطق أن يكون الزمن الماضى هو الفعل المستخدم فى

الصحافة؛ فالصحف تتناول الأخبار التى حدثت فى اليوم السابق، أما الإذاعة.. فإنها تتحدث عن أخبار اليوم.

ومن الطبيعى أن تستخدم الفعل المضارع عندما تتحدث، حتى عن أشياء فى الماضى القريب. والواقع أن المشاهد يسأل «ما الأخبار الآن»، ويجيب المندوب «يقول مدير الشرطة إن الجريمة قد زادت بسبب النقص فى عدد رجال الشرطة. لقد أدلى مدير الشرطة بتصريحه فى وقت سابق اليوم، ولكن المعلومات لاتزال تتمتع بالحالية، وهكذا.. يمكن أن تصاغ فى زمن المضارع.

ومع ذلك.. فعندما تشرع فى كتابة مقدمة إخبارية للتليفزيون، لا تصر - فى كل الأحوال - على أن تضعها فى صيغة المضارع؛ فإذا شعرت براحة أكثر فى أن تضعها فى صيغة الماضى.. فلا تتردد. ويمكن أن يكتب الخبر السالف للإذاعة على النحو التالى : قال مدير شرطة ميدل تاون روجر ماريون صباح اليوم إن معدل الجريمة قد ارتفع فى المدينة؛ بسبب انخفاض عدد رجال الشرطة فى العام الماضى. وعندما تكتب الخبر فى زمن الماضى.. فإنك تحتاج إلى الإخبار عن الوقت، فتستخدم : «هذا الصباح» ، «هذا المساء»، «الليلة»؛ لتدلل على أنه برغم وقوع الحدث فى الماضى.. إلا أنه لا يزال حديثاً ومباشراً.

وحتى إذا استخدمت زمن المضارع فى المقدمة الإخبارية.. فمن المحتمل أن تنتقل إلى الماضى، عندما تشرع فى كتابة التعليق على الفيديو. ومن الواضح للمشاهد أن الأحداث الواردة فى الفيديو قد حدثت فى وقت سابق، وأنك لابد أن تحكى الخبر بصيغة الماضى. وإذا كان الخبر غير مرتبط بمناسبة معينة، أو تقرير حالة لمشكلة مستمرة أو ظاهرة.. فإنك تستطيع استخدام زمن المضارع فى تعليقك على صور الفيديو بلا تردد.

واليك بعض المؤشرات الخاصة بكتابة الأخبار للتليفزيون:

- تجنب الجمل التى تعتمد على بعضها البعض، وإذا كانت لديك جملة طويلة معقدة.. فكها إلى عناصرها، وكون منها جملاً قصيرة منفصلة.

- لا تبالغ فى الكتابة، بسّطها.

- تجنب الصفات والمحسنات اللفظية والبديعية غير الضرورية.

- استخدم المبنى للمعلوم. قل من فعلها، ولماذا فعلها، وفيمن فعلها، واستخدم الأفعال الحية القوية الدالة، ولكن لا تفتعل فى سبيل التلوين.

- لا تفتتح الخبر باسم غير مألوف أو بجرعة ثقيلة من الإحصاءات، وادخل فى الموضوع برفق؛ حتى يستطيع المشاهد أن يستوعب العناصر الأساسية، قبل أن تجابهه المادة المعقدة.

- إذا كان لابد من استخدام رقم، فقربه؛ فبدلاً من أن تقول ٧,٨٤٣,٥٦٣ يمكن أن نقول ثمانية ملايين تقريباً. اكتب الاعداد بالحروف (ثمانية بدلاً من ٨) لتجنب الزلل، وأنت تقرأ النص.

- عندما تحرر النص (ولابد أن يكون ذلك بعناية ودقة) احذف كلمات واكتبها مرة أخرى بوضوح. وإذا بدت النسخة التى بين يديك غير متقنة الطباعة.. أعد طباعتها؛ حتى تستطيع قراءتها دون ارتباك.

- لابد أن يكون الاختزال بالأحرف الأولى واضحاً فى النص بشرطة بين كل حرف وآخر I-R-S ،F-B-I ؛ حتى تسهل القراءة.

- لا تستخدم الأسماء أو الأحرف الأولى التى تقع فى الوسط.

- استخدم الكلمة البسيطة بدلاً من اللفظ الأدبى، واستخدم كلمة أرسل بدلاً من بث، وكبير بدلاً من هائل.

- إجعل لكل كلمة قيمة وأهمية، وعندما تقدم لمقطع بالصوت.. لا تكرر الجمل التى سترد فى المقطع.

- تجنب ما يلوى اللسان، أو الجمل التى تشتمل على كثير من حروف الصفير، وطالع نسختك بصوت مرتفع؛ للتيقن من أنها حسنة الرنين فى الأذن، كما هى فى الكتابة.

- لا تخش البلاغة، والتلوين، واستخدام الاستعارات والدعابة، والوسائل الأخرى؛ للاستخدام الفنى للغة.

- وعندما تطبع النص على الآلة الكاتبة.. اختم الجملة على الصفحة نفسها، لا تكملها فى صفحة تالية. وعندما تصل إلى نهاية الصفحة، وهناك مزيد.. ضع كلمة «يتبع»؛ لأنك إذا أكملت جملة، فى الصفحة التالية.. فإنك تغامر بالتعرض للإحراج على الهواء، إذا اختل تتابع الصفحات. وفى نهاية النص (الإسكريبت) ضع علامات ××× .

وقد يكتب مندوب التليفزيون مقدمة لمذيع النشرة، ولكنه - فى معظم الأحيان - يكتب تعليقاً على الصور، ويستلزم هذا أن يستخدم كلماته بعناية وانضباط.

وإذا كانت لديك صورة جميلة، ومقتطفات حية بالصوت؛ فقد تقع تحت إغراء ترك الصورة تعبر عن الموقف، دون تدخل من جانبك. ومع ذلك.. فلا تخش استخدام صورة حية بالصوت الطبيعى - كما هى - إذا كانت توضح الحقيقة. ومن ناحية أخرى.. لابد أن تتجنب طغيان سلطان الصورة، إلى حد أن تصبح عازفاً عن تفسير ما يحدث. فيندر أن تكون أخبار التليفزيون نقلاً حرفياً، دون تدخل من المندوب أو الكاميرا - على الأقل - عندما تتناول المعالجة الإخبارية للموضوع، وليس مجرد الملامح السطحية والمزاجية. وعادة.. ما يكون تدخلك وتوضيحك أمراً لازماً للفهم، فلا يقعدنك عن هذا الواجب أن لديك صورة جميلة حية.

ومع ذلك.. ففى بعض الأحيان يكفى الفيديو لإبراز النقاط المهمة، وعندئذ.. يجب عليك أن تدع للمشاهد فرصة اكتشاف ذلك بنفسه. ويفسح ذلك المجال أمامك؛ لإضافة نقاط أخرى فى تعليقك. وتذكر أنه يجب عليك أن تستخدم عناصر الصورة والصوت، على نحو اقتصادى هادف؛ بسبب ضيق الوقت المخصص لكل خبر.

وحين تكتب التعليق.. لابد أن تتجنب التضارب بين الصورة وما يقال؛ فلا يجوز أن يتناقض مايراه المشاهد مع مايسمعه؛ فإذا كنت تقول إن العمدة بدا حزيناً وهو يقترب من قاعة البلدية، وظهرت صورة العمدة مبتسماً، فهذا تناقض يضعف الصورة والكلمات.

وعندما يجرى مونتاج الخبر أولاً؛ أى عندما تعد الصورة أولاً، فالمنتظر أن تضبط التعليق الذى تكتبه حسب الصورة. وفى هذه الحالة.. تأكد من أنك تعرف الصور، قبل أن تشرع فى كتابة النص المصاحب لها. ومع ذلك.. ففى معظم عمليات التليفزيون، يسجل المندوب نص التعليق، ثم توضع الصورة على الصوت. وهذا هو الإجراء المفضل؛ إذ يستطيع المونتير أن يجد الصور التى تساير التعليق، أو التى لا تتناقض مع كلماته على الأقل، وهكذا.. ينجو المندوب من حرج أن يكون قوله فى واد، والصورة فى واد آخر. وتذكر أنه تحت الضغط الرهيب لآخر موعد لإعداد الأخبار.. تتفاقم المشكلات، وتفاديها واجب كلما أمكن ذلك.

ومن أخطاء مندوب التليفزيون الجديد الشائعة أن يكتب نص التعليق الذى يوضح للمشاهد مايراه. وعلى سبيل المثال: الصورة توضح أن العمدة يضع إكليل زهور على قبر رجل الشرطة، والمندوب يقول «إن العمدة يضع إكليلاً على قبر الضابط مريديث». هنا يستحسن أن يترك المشهد المصور دون تعليق مع الصوت الطبيعى أو الصمت، إلا إذا كان المندوب يريد أن يستخدم الصورة كخلفية؛ ليقول إن العمدة مصمم على أن يجمع مزيداً من الأموال لشراء الصدريات الواقية من الرصاص، حتى لا يلقى رجال آخرون من الشرطة مصير مريديث؛ فهنا تكشف الصورة عن مصير رجل الشرطة، والاهتمام الذى يشغل العمدة، وما يساوره من قلق، وتنقل كلمات التعليق الصورة إلى مستواها التالى؛ أى إلى ما يعتزم العمدة أن يفعله.

لا تخف من اللغة البسيطة، الرشيقة، الفصيحة. إن الكلمة الدقيقة المحددة المعنى، والعبارة الإخبارية، والعلاقة الإيضاحية بين ما يُرى ومعناه، تزيد من قوة أى خبر تليفزيونى. وللكتابة القوية الحيوية مكانها فى أخبار التليفزيون، ولكنها - شأنها شأن أى لون آخر من ألوان الكتابة - تقتضى من المندوب أن يكرس لها الوقت والطاقة والخيال، إذا أراد أن يملك ناصية هذا الفن.

وكثير جداً من المندوبين يقنعون بالصيغة الأولى المتعثرة؛ مما يؤدى إلى ضياع فرص كثيرة ممتازة للإبداع.

الفصل السادس عشر

تخطيط البرنامج الإخبارى فى التليفزيون

جرت العادة على أن تكون البرامج الإخبارية فى التليفزيون (نشرات الأخبار) هى الأخوات غير الشقيقات فى نشاط المحطات المحلية؛ ويشتغل بها عدد قليل من العاملين، وبنفقات محدودة إلى حد كبير.

ولقد اكتشفت إدارة المحطات ـ فى السنوات الأخيرة ـ أن أخبار التليفزيون، يمكن أن تكون مصدر ربح. وتستطيع المحطات المحلية أن تكسب ما بين خمسين إلى ثمانين فى المائة من أرباحها من الأخبار المحلية. ونتيجة لذلك.. فإن الإدارة التى كانت تعتقد أن الأخبار مجرد أداء عمل واجب ـ وفقاً لمتطلبات الخدمة العامة كما حددتها لجنة الاتصالات الفيدرالية ـ أصبحت تولى الأخبار اهتماماً خاصاً.

ولهذا التطور جانبه الإيجابى إذ أصبحت البرامج الإخبارية أطول، وأصبح العاملون فيها من مندوبين ومذيعين وغيرهم يتلقون أجوراً أعلى، وتستثمر فيها أموال كثيرة لتحديث الأجهزة، إلا أن ثمة جوانب سلبية تتمثل فى أن الإدارة التى لا يشغلها إلا الربح والبرامج التى ترفه عن المشاهد، أخذت تبث هذه القيم فى الصحافة التليفزيونية.

إن مندوب التليفزيون، إما أن يكون فى الخارج يتولى تغطية خبر، أو عائداً إلى المحطة للإشراف على المونتاج. وهو إما مشغول بالكتابة أو يقدم خبراً على الهواء؛ فهو مشغول بنصيبه فى البرنامج الإخبارى (النشرة). ويتأثر عمله بفلسفة الإدارة والصراع الحتمى الذى يدور بين الإدارة ومدير الأخبار، ويدور حول نسبة ماتجتذبه من الإعلانات.

وحتى يبقى البرنامج الإخبارى المحلى فلابد أن يقدم الدليل على أنه يستطيع أن يجذب عدداً كبيراً من المشاهدين ويصمد للمنافسة. ومن المحتوم أن ينشأ عن ذلك صراع داخلى بين فكرة الأخبارة، كأخبار (أخبار حقيقية) والأخبار كمصدر ترفيهى. ويتوقع جمهور مشاهدى التليفزيون الذين اعتادوا مشاهدة أفلام العنف، والصراع، والعاطفة، والإثارة، أن يجدوا العناصر نفسها فى أخبار التليفزيون التجارى. وإذا لم يجدوها فى برنامج إخبارى.. فإنهم يتحولون إلى قناة أخرى تلبى ما يريدون. وحيثما يذهب المشاهدون، تتبعهم على الفور أموال المعلنين.

وبعض النقاد الذين يفزعون، إن وجدوا نقطة حبر حمراء فى ملفات حساباتهم، لايهتمون بلوم أخبار التليفزيون، إذا ارتكبت ما يحدث عادة فى المشروعات التى تستهدف الربح، حتى المحطات المرخص لها من السلطات الفيدرالية. لقد أصبحت الأفكار التى تجرى وراء رغبات المستهلك والمعلن والدولار سمة أمريكية كفطيرة التفاح.

إن أخبار التليفزيون سلعة للتسويق مثل الخوخ والكمبيوتر ومعجون الأسنان والثلاجات، وكذلك الأخبار التى تنشر فى الصحف والمجلات الإخبارية؛ فإذا كره المعلنون والقراء صحيفة أو مجلة تصبح عرضة للتوقف، وهذا درس أدركه ناشرو بعض صحف المدن الكبيرة؛ خاصة فى السنوات الأخيرة. وفى نظام قوامه السوق الحر ـ كما هو الحال فى الولايات المتحدة ـ فإن الأخبار تتأثر بهذا النمط من التفكير. والبديل هو أن نصدر الأخبار بقرار حكومى. وقد يكون النظام الإخبارى القائم ناقصاً معيباً، ولكن ما لم نصل إلى نظام أفضل.. فعلينا الإفادة منه إلى أقصى حد ممكن.

وتتميز الأخبار عن السلع الأخرى بمسئوليتها الاجتماعية، اللازمة لبقاء المجتمع الديمقراطى. والسبيل الوحيد لبقاء الرباط الديمقراطى بين الحكومة والشعب، هو أن تتوفر للشعب وسيلة، يراقب بها الحكومة للتأكد من أنها غير عاجزة أوظالمة أو فاسدة. إن المواطن العادى مشغول بحياته الخاصة، وليس لديه الوقت الكافى لتحرى هذه الأمور، ويتوقع أن تنوب وسائل الإعلام عنه فى ذلك.

ومن هنـا.. فإن البرنامج الإخبـارى يتحمـل مسئوليـة معينة فى تقديم الأخبار الحقيقـية، لا المصطنعة. والمشكلة الحساسة التى تواجه الأخبار، هى: كيفية الجمع بين تقديم الأخبارالمهمة، مع الاحتفاظ بالمشاهدين والدخل.

ويظل التوتر بين الربح والخدمة العامة يطارد أخبار التليفزيون، كما هو الحال فى الصحافة. وأخبار التليفزيون حديثة نسبياً، وهى ـ كوسيلة جماهيرية مرئية ـ لا تستطيع أن تعول على تاريخ وتقاليد الصحافة المطبوعة فى حل مشاكلها، ولابد أن تتخذ لها قاعدة قيمية خاصة قوية.

إن عملية شد الحبل بين الضرورات الصحفية وقيم التسلية، تجرى كل يوم فى غرف الأخبار فى محطات التليفزيون المحلية فى أنحاء الولايات المتحدة؛ ليكسب هذا الجانب أو ذاك. وفى بعض الأحيان.. تمتزج الأفكار؛ ليجمع البرنامج بين الإعلام الذكى اللماح وإمتاع العين والأذن.

وذات مرة.. اعترف لى منتج تليفزيونى بأن تسعين فى المائة مما يذاع غير جيد. وأنه إذا استطاع أن ينتج عشرة فى المائة من الأخبار ـ على نحو جيد ـ لكان خيراً، ويحاول عدد ممن يشكلون برامج الأخبار المحلية أن يطوروا هذه النسبة، فى حين استسلم البعض الآخر للضرورات الاستعراضية؛ فسلكوا الوجهة الأخرى.

وعلى هذا النحو.. يجب أن يفهم المندوب الجديد كيف تشكل نشرة المساء. لماذا يقرر منتج الأخبار أن يبدأ النشرة بخبر خفيف فى حين أن لديه خبراً آخر دسماً؟ لماذا التركيز الشديد على أخبار الجريمة والحرائق؟ لماذا كلف المندوب بتغطية خبر تافه عن مباراة فى رمى الأطواق بحديقة المدينة، بدلاً من خبر آخر أكثر وزناً؟ ولماذا لا ينال خبر عن عضو مجلس المدينة أكثر من دقيقة ونصف، فى حين يأخذ خبر رياضى ثلاث أو أربع دقائق؟

والوقت فى التليفزيون يعادل المساحة فى الصحيفة، إلا أن الأولويات تقوم على تقديرات مختلفة؛ حسب متطلبات الوسيلة؛ فالصحيفة الجادة ستضع الخبر المهم فى الصفحة الأولى، حتى لو كان جافاً مليئاً بالإحصاءات، وليست به صورة. إن الصحيفة تلبى آمال قرائها، ويعتقد محرروها أن الناس يشترون الصحيفة لمعرفة أهم الأخبار. ويتوقعون أن يكون الخبر

الأكثر أهمية فى الصفحة الأولى، وأن يكون عميق التناول. ومن المحتمل أن يشغل الخبر عدة أعمدة فى هذه الصفحة، ويستكمل فى الصفحات الداخلية. وهكذا.. يجد القارئ المعنىّ الجاد ما هو مهم، ثم يقرأ الخبر كاملاً، بينما يجد القارئ ذو الاهتمام العابر الخبر المهم، ثم يستطيع أن يكتفى بقراءة العناوين الرئيسية، ثم الفقرتين الأولى والثانية فقط.

ومع ذلك.. فالصفحة الأولى من الصحيفة ليست مماثلة لقمة البرنامج الإخبارى المحلى. إن مشاهد التليفزيون يريد أن يعرف أيضاً الخبر المهم، ولكنه لن يجلس ساكناً - بالضرورة - فى انتظار عرض مسهب فى بداية البرنامج، وليست هناك فى التليفزيون وسيلة أمام المشاهد لترك هذا الخبر، والانتقال إلى خبر آخر، على نحو ما يحدث مع الصحيفة. وإذا أراد المنتج أن يبدأ البرنامج الإخبارى بخبر معين مهم، ولكنه كئيب الصورة.. فليس أمامه إلا واحد من خيارات ثلاثة : يستطيع أن يمضى فى هذا الخبر حتى نهايته، ويغامر بضياع كثير من مشاهديه، ويستطيع أن يقدم هذا الخبر فى مانشيت يقرؤه مذيع النشرة، ثم ينتقل إلى خبر آخر أكثر جاذبية فى صورته، أو أن يبدأ بخبر أقل أهمية ولكنه أكثر حيوية، ويطمع بهذا فى جذب اهتمام المشاهد، وإغرائه بالاستمرار لمشاهدة بقية البرنامج.

وعلى العكس من قارئ الصحيفة.. لا يستطيع مشاهد التليفزيون أن يتصفح الجريدة؛ (النشرة) ليختار ما يهمه ويدع ما سواه.. لا يستطيع أن يتجاهل الصفحة الأولى، ويقرأ الطرائف والنكات أولاً، كمايفعل ملايين الأمريكيين فى قراءة صحفهم. إن عليه أن يبتلع جرعة أخبار التليفزيون - كما تقدم من أولها حتى آخرها - فإذا ضاق بالخبر الأول، وإذا كان متعباً بعد يوم من العمل وليس مستعداً تماماً لأخبار الحرب والجريمة والتضخم، وغيرهامن الأخبار الكئيبة.. فما عليه إلا أن يدير مفتاح جهازه طلباً للراحة. وحتى يمارس حريته فى الاختيار.. فلا حاجة به إلى أن يرتدى ملابسه ويخرج؛ حيث بائع الصحف للبحث عن بديل. إن المنافسة متوفرة فى بيته دون مقابل، وما عليه إلا أن يدير مفتاح الجهاز إلى قناة أخرى.

وبرغم هذه الحقيقة.. فقد فشلت أخبار التليفزيون فى تطبيق الاقتراح، الذى تردد كثيراً والداعى إلى ضرورة الاسترشاد بما يجرى فى الصحافة المطبوعة فى اتخاذ القرارات. ومن المثير، أن هذا الاقتراح كثيراً ما يتردد فيما يكتبه نقاد التليفزيون، من أتباع مدرسة الصحافة المطبوعة، ممن لا يفهمون تماماً الاختلافات الضمنية بين الوسيلتين.

إن مادة نشرة المساء تستقى من عدة مصادر: وكالات الأنباء، اليونيتدبرسU.P والأسوشيتدبرسA.P التى تقدم مئات من الأخبار - كل يوم - من النطاق المحلى، وعلى مستوى الولاية والوطن والعالم إلى جانب النشرات الصحفية، التى تصدرها الهيئات الحكومية وغير الحكومية كل يوم. وفى بعض الأحيان.. تكون الأخبار التى يغطيها المندوب متابعة للنشرات الصحفية، أو الأخبار التى وردت فى صحف الصباح أو المساء. ومن مصادر الأخبار الأخرى الإخطارات والمقابلات التليفونية، وما يرد فى عروض الأخبار الصادرة صباحاً وعند الظهيرة، والمواد التى تبثها الشبكات، ثم ما يقوم به مندوبو المحطة من تغطية بالفيديو، وجمع أخبار تذاع بلا صور، والأخبار والتقارير الحية، التى تنقل مباشرة إلى المحطة من كاميرات المينى كام عبر شبكات الميكروويف.

وكذلك التقارير الخاصة التى تسجل بالفيديو فى وقت سابق، وتقارير رجل الأرصاد، والمندوب الرياضى والناقد السينمائى والشخصية الفكاهية، والمواد الأخرى المنتقاة فى مجال العلم وشئون المستهلك. ولما كانت البرامج الإخبارية المحلية قد امتدت من نصف ساعة - فى بداية الأمر إلى ساعة ثم ساعتين - فقد أضيفت المقابلات الإخبارية والمقابلات الخاصة باستعراض حياة شخصية ما إلى هذا الحشد الكبير من المواد.

كيف يقرر المنتج (مسئول النشرة) أمام هذا التنوع الهائل: ماذا يأخذ، وماذا يدع وطول كل خبر وترتيب النشرة؟

وهنا يجدر أن نتذكر أن إذاعة الخبر التليفزيونى مناسبة حية ذات آنية؛ إذ أن اختراع المينى كام ومعدات الميكروويف المتحركة، جعل من الممكن أن تنقل أخبار التليفزيون فى حينها، وليس مجرد مادة تعد فيما بعد. ويعنى هذا بالنسبة لمنتج البرنامج - فى كل مراحل اتخاذ القرار - أن البرنامج لابد أن يعكس الإحساس «بما يحدث»، دون أن يكون مجرد تلخيص وافٍ «لأمر قد حدث».

وعلى ضوء ذلك.. تكتسب الآنية قيمة، وتبرز أهمية اتخاذ ترتيبات خاصة لإذاعة أخبار معينة حية فى سياق النشرة، كما أنها تظفر بأخبار لو تأخرت لقلّت أهميتها.

وعلى سبيل المثال.. يمكن أن تكون تغيرات الطقس الوشيكة أخباراً مهمة فى نشرة الساعة السادسة مساء، لو أن المعلومات عرفت مقدماً؛ بحيث يمكن اتخاذ الاحتياطات اللازمة كأن تقول: إن ما كان يتوقع أن تكون عاصفة ثلجية خفيفة قد اشتدت. وعلى هذا النحو.. فإن الأخبار يمكن أن تبدأ بمشكلة مرور شديدة؛ لأنها أمر مهم للمشاهدين الذين يتابعون الأخبار الفورية، التى تصبح أقل أهمية بعد خمس ساعات فى برنامج الحادية عشرة، أو صحيفة اليوم التالى.

ولابد للمنتج أيضاً أن ينظر فى موعد إذاعة برنامج الأخبار المحلى، على ضوء مواعيد الأخبار القومية وأخبار الشبكات؛ فلو أن برنامجه يذاع قبل أخبار الشبكة.. فمن المحتمل أن يبدأ برنامجه الإخبارى بالأحداث القومية والعالمية الكبيرة؛ لأن هذه ستكون أول فرصة أمام المشاهد لمعرفة هذه الأحداث. ولكن إذا كان البرنامج المحلى مسبوقاً بأخبار الشبكة.. فمن المرجح أن يبدأ بخبر محلى قوى، على افتراض أن المشاهد قد اطلع على الأخبار القومية والعالمية. أما المحطات المحلية التابعة للشبكات الكبرى.. فستقدم برنامجاً إخبارياً مختلطاً؛ فتبدأ بالأخبار المهمة سواء كانت محلية أو قومية أو عالمية.

ويضع المنتج عينه أيضاً على المحطات المنافسة؛ فلو أن لديه أشهر معلق رياضى فى المدينة.. فسوف يقدمه فى الوقت الذى تذيع فيه المحطات الأخرى برامجها الرياضية فى محاولة لجذب المشاهدين إلى قناته، وهذا الأسلوب نفسه هو ما يتبع فى أخبار الطقس. وكما تقلق صحيفتا التايم والنيوزويك لما ينشر فى الصحيفة الأخرى، وكما تتنافس الواشنطون بوست والنيويورك تايمز بشراسة فى سبيل الصفحة الأولى الأفضل.. كذلك تفعل محطات التليفزيون المحلية، وهى تعد ترتيب نشراتها.

ومن هنا.. ينظر المنتج إلى كل المواد المتاحة، وإلى فلسفة إذاعة خبر معين ، وينظر إلى ما يحدث فى هذا الوقت بالذات، ثم يبدأ فى التنظيم.

ومن العوامل التى يجب أن يراعيها المنتج، فلسفة البرنامج؛ فإذا كان الهدف هو تصميم ملخص إخبارى.. فسوف يؤثِر المنتج أخبار الجريمة والاغتصاب والحرائق وأخبار المجتمع، وسوف يحرك هذه المادة سريعاً وبشكل حيوى على الشاشة.

وإذا كان البرنامج تقليدياً أكثر.. فسوف ينتقى المنتج أهم الأخبار، بصرف النظر عن مدى جدارتها بالصورة، ليبدأ بها.. ثم يوالى تقديم الأخبار المهمة، ويتجنب الاهتمام بقيم التسلية وحدها.

وما أقل محطات التليفزيون المحلية التى تنتج برامج إخبارية على هذا الجانب أو ذاك، بينما تشتمل الأغلبية على شئ من الفلسفتين، بمزيج من الأخبار الخفيفة المسلية والجادة؛ فهى تضم الأخبار ذات الاهتمام الإنسانى، وذات اللمسة المرحة، إنها تحترم الحاجة إلى الإعلام ولكنها لا تعزف عن التسلية.

ويعتمد هذا المزيج على عدة متغيرات: العامل الأول هو الوقت المتاح لإذاعة الخبر. وقبل موعد الإذاعة بعدة ساعات.. سيتلقى بياناً بالمدد التى ستشغلها الإعلانات خلال برنامجه، وعليه أن يطرحها حتى يعرف بالضبط الدقائق التى سيشغلها بالأخبار.

والعامل الثانى هو ما حدث فى ذلك اليوم، وما الأخبار؟ وبالنسبة للمحطات المحلية.. فإن وكالات الأنباء تعد المصدر الأساسى للمعلومات عن الأحداث القومية والعالمية. وبالنسبة للأخبار المحلية.. ستكون لدى المنتج ميزانية للأخبار، وهى مجموعة من الأخبار يغطيها مندوبو المحطة، وينغمس منتجو أخبار المساء الباكر فى عملية توزيع التكليفات منذ الصباح الباكر، وتكون لديهم رؤية أوضح للبرنامج الإخبارى كلما مضى الوقت.

ومن كل هذه المواد يتعين على المنتج أن يصل إلى معرفة الخبر الأولى بالأهمية، ولايعنى ذلك بالضرورة أنه الخبر الذى سيبدأ به النشرة؛ فقد يختار أن يبدأ بخبر تنشره الصحيفة فى فقرة قصيرة فى صفحة خلفية، وقد لا تفكر فى نشره أصلاً.

فقد يكون الخبر عن مباراة بيسبول مرحة فى ملعب محلى، أو عن كيفية استمتاع الناس بأول يوم مشمس بعد خمس عطلات أسبوعية ممطرة. هل هذه أخبار؟ نعم.. إنها أخبار - بالرغم من أنها خفيفة - وإنها مادة تثير الاهتمام الإنسانى، ولو أنها ليست بالضبط ماينتظره المواطن المفكر، عندما يفتح جهازه ليعرف ما يدور فى العالم.

وعندما يبدأ المنتج برنامجه على هذا النحو.. فإنه يعطى المشاهد انطباعاً بأن هذا هو خبر اليوم الرئيسى، ويكشف هذا الاختيار عن القيم الإخبارية التى تأخذ بها إدارة القناة. ويضع

الخبر الأول طابعه على سائر البرنامج؛ من حيث إنه يمثل مؤشراً للمشاهد عن مدى التزام من يتخذون القرار بالجدية وأصول المهنة. ويعكس ذلك فلسفة المحطة.

أما المؤسسة الإخبارية الأكثر التزاماً بالتقاليد، أو قل الجدية.. فسوف تبدأ النشرة بالخبر الأهم، حتى لو كان مجرد سطور يقرؤها مذيع النشرة.

ويساعد هذا الاختيار فى تحديد شكل المجموعة الإخبارية الأولى فى النشرة (والمجموعة هنا هى الوحدات الإخبارية التى تفصل بينها الإعلانات). وعندما يخطط المنتج لمجموعة.. فإنه يحرص أن تربطها وحدة الموضوع؛ فإذا كان الخبر الأول يتعلق بتجدد الحرب فى الشرق الأوسط.. فيمكن أن يكون الخبر التالى تقريراً عن الآثار المحتملة لهذه الحرب على أسعار البترول الأمريكى، ثم خبراً عن التضخم، وموضوعاً عن كيفية تصرف المواطنين فى ظل التضخم.

ويخطط المنتج للتنويع فى العرض والكيفية مع الانتقال التدريجى، وهو يشكل كل مجموعة من الأخبار. فتعرض الصور من جبهة القتال، ثم يأتى عرض بالصور الثابتة والأرقام لأسعار البترول، يعقبه تقرير عن التضخم، ثم تختتم المجموعة بموضوع مصور، يجمع بين: قوة الصورة وجاذبيتها، والعنصر الإنسانى، والإثارة والمتعة بالنسبة للمواطنين العاديين، الذين يحاولون إدخار الأموال خوفاً من الأزمة. وهكذا.. يتطور الإيقاع الخبرى من القمة الدرامية إلى التوتر الى الوضع العادى، فى منطقية وإبراز للمغزى وتسلسل طبيعى، فى بناء المجموعة الخبرية.

وفى بعض العمليات الإخبارية.. تكون الخطوة التالية تحديد كيفية إنهاء البرنامج، ويحاول المنتج أن تكون النهاية بخبر خفيف يوحى بالارتياح والتفاؤل، كلما أمكن ذلك. والغرض هو إقناع المشاهد بأن الأمور ليست سيئة جداً برغم كل شئ، وأن تتركه، وهو يشعر بشئ من الاطمئنان نحو العالم.

وبين البداية والنهاية.. تتوالى ألوان مختلفة من الأخبار فى شكل مجموعات أو وحدات.. وينأى المنتج العصرى عن الفكرة القديمة الداعية إلى ضرورة وضع الأخبار القاسية غير السارة فى بداية البرنامج، فهو يظن أن مشاهدى التليفزيون فى حاجة إلى التخفف من الأسى

والمعاناة والألم والكراهية؛ لأن الإيقاع المأساوى الملح إنما ينتهى بالمشاهد إلى الإرهاق واستنفاد الطاقة. ولذلك.. فمن الأفضل أن ترتب الأخبار على شكل موجات متوالية، فبعد الأخبار المأساوية تأتى الأخبار اللطيفة التى لا تمثل تحدياً، ثم يعود إلى أخبار الجريمة أو الفضائح، أو ما هو أسوأ من ذلك، و... هكذا.

ولابد أن يحرص المنتج فى سعيه إلى الانتقال المناسب من موضع إلى آخر، ومن حالة إلى أخرى. ألا يُحمِّل مذيع النشرة مشقة الانتقال المفاجئ بين نقيضين؛ مما يستحيل أداؤه فى يسر على الهواء؛ فليس من الإنصاف أن نطلب منه الانتقال ـ بنعومة وثقة ـ من خبر فكاهى إلى خبر وفاة أو كارثة.

وغالباً.. ما يقرر المنتجون الترتيب الذى يضعون فيه خبر المندوب؛ ليس على أساس أهميته فحسب، وإنما وفقاً لمكانه المناسب كنقلة طبيعية من موضوع لآخر، أو بحسب أهمية مادته المصورة؛ فإذا كان العرض الإخبارى مثقلاً بأخبار إذاعية، ولدى المندوب صوراً تموج بالحيوية.. عندئذ يمكن أن يتخذ خبره مكاناً متقدماً فى النشرة (البرنامج الإخبارى)، حتى إذا كان مفتقراً إلى الأهمية الشديدة. وإذا كان قد عاد بخبر مهم، دون صور حيوية.. فإنه يمكن أن يتحرك إلى مكان أدنى فى النشرة؛ حتى يمكن أن يفصل ـ على نحو ملائم ـ عن المواد الأخرى الثقيلة. وليست هذه هى الطريقة التى ترتب بها أخبار الصحف، كما أن هذه المبادئ لا تطبق بدقة على مستوى الشبكات. ولكن الأخبار المحلية لها رؤيتها الخاصة لحاجات المشاهد، وما يستند إليه قراره. فإذا وجهت إلى أحدهم نقداً فى تقييمهم للأخبار ـ على هذا النحو ـ ربما أجابك بابتسامة قائلاً: لست أدرى، إنها مجدية، أليست كذلك؟

وتطبق هذه المبادئ نفسها، عندما يقرر المنتج الحدود الواجبة لطول الخبر، ويتعين على المندوب ـ الذى لديه مادة حيوية مهمة ـ أن يتعلم كيف يتفاوض؛ ليحصل على وقت أطول فى النشرة، ومكان أفضل فى ترتيبها. وسيكون من المفيد له أن يدخل إلى المعركة، وهو يدرك بعض المبادئ والضغوط، التى يتعرض لها المنتج فى عمله.

الفصل السابع عشر

العاملون فى غرفة الأخبار وفى الميدان

الآن.. لابد أن تكون قد أخذت انطباعاً بأن أخبار التليفزيون وسيلة تعاونية، وأنك يجب أن تعمل على نحو وثيق مع مجموعة من الاشخاص؛ حتى يتم إنجاز عملك؛ فليس هناك مجال واسع لمن يميلون إلى العزلة، أو إغفال الآخرين فى أخبار التليفزيون.

فالمندوب يجب أن يتعامل بطريقة مثمرة مع رفاقه فى ميدان التغطية. وعندما يعود إلى المحطة.. ستكون هناك لحظات يزيد فيها التوتر بطبيعة الحال؛ فعادة ما تلح الحاجة إلى سرعة إنهاء العمل. إن القدرة على احترام وتقدير ما يقوم به الزمـلاء - حتى تحت الضغـوط - ميزة ذات قيمة كبيرة - على المرء اكتسابها.

ولقد عرفت فى الفصل السابق، العمل الحاسم الذى يؤديه منتج البرنامج الإخبارى، أو منتجه المنفذ، كما عرفت فى فصول أخرى العمل، الذى تقوم به فرق التغطية الإخبارية الميدانية.

وبالنسبة للمندوب.. فإن أوثق علاقات العمل والمودة هى تلك التى تربطه بفريق التصوير. ويجب أن يوطد المندوب سلطاته فى إعداد الخبر صحفياً، وينمى فى الوقت نفسه الإحساس بالمسئولية المشتركة مع أفراد فريق التصوير؛ حتى يصل بالعمل إلى أفضل مستوياته.

وما لم يكن هناك منتج منفذ فى مكان التغطية؛ ليعنى بهذه الأشياء.. فسيكون من صميم عملك - كمندوب - أن تتأكد من أنه لديك لقطات مناسبة، وأن المادة المصورة فى حالة تسمح باستخدامها. وإذا ساورتك أى شكوك فى هذا الشأن.. اطلب من الفنى أن يعرض لك الشريط

فى الكاميرا لمشاهدته، وأنت لاتزال فى موقع الحدث. يمكنك أن تستخدم سماعة، وأن تشاهد الشريط بالكاميرا. إلا أن كثيراً من أجهزة الفيديو الميدانية تقوم بالتسجيل، ولكنها لا تعرض الشريط، وبذلك تتعذر المشاهدة. ولو كنت تعمل باستخدام «الميني كام» وسيارة الميكروويف الخارجية.. فإنه يمكنك أن تشاهد الشريط على شاشة المونيتور فى هذه السيارة، وتذكر أنه بالنسبة للأخبار اليومية.. لن يتسع الوقت لإعادة التصوير، إذا عدت الى المحطة، ولم تنجز مهمتك.

ويدرك المصور والفنى أن من أكثر المشكلات الفنية شيوعا - فى التغطية الميدانية - ضعف البطاريات التى تستخدم فى تشغيل الأجهزة؛ وهنا يجب على المندوب أيضاً أن يتأكد من طاقة البطاريات، وهى لا تستطيع أن تعمل عادة لأكثر من نصف ساعة. وفى كثير من الأحيان.. لاتعمل البطاريات بالكفاءة التى يفترض أن تعمل بها، ومن هنا.. تعانى الصور التى تلتقط بوساطة بطاريات ضعيفة من القصور الفنى.

وبحكم هذه الحقائق.. يجب عليك - أثناء التصوير الميدانى - أن تحاول إجراء المقابلات فى أماكن مزودة بتيار كهربى. ولو كنت مضطراً للعمل بعيداً عن المصدر الكهربى، اشحن البطاريات بعناية، ولا تسرف على المصور فى التقاط الصور.

ويؤكد هذا - مرة أخرى - أهمية إلمام المندوب بالطاقات الفنية المتاحة والعمل فى حدودها؛ فالمندوب الذى يفهم الجانب الفنى للعمل ويحترمه.. يتمتع بتقدير المصور والفنى.

وقد تم التعريف - فى الفصل السابق - ببعض مسئوليات المنتج، الذى يطلق عليه - فى بعض الأحيان - المنتج المنفذ، للنشرة المسائية. وفى المحطات الصغيرة قد يتولى المنتج كذلك مهام مدير الأخبار أو مدير التكليفات؛ فيصبح المهيمن على الأخبار؛ إذ ينظم الميزانية، ويشترى المعدات الرئيسية، ويتعاقد مع المذيعين وغيرهم من العاملين. ويرعى إنتاج الأخبار.

وعلى مدير الأخبار الكفء أن يتمثل معايير خاصة؛ عندما يقوم باختيار المذيعين والمندوبين الذين يظهرون على الشاشة، ففى الوقت الذى يبحث فيه عن مقومات النجومية من جاذبية ومظهر وحضور ومودة ومصداقية؛ حتى يخدم المتطلبات المرئية والاستعراضية

للتليفزيون.. فإنه يبحث أيضاً عن الجدارة الصحفية، والقدرة على إجادة الكتابة حتى يستطيع هؤلاء ترجمة الصحافة الجيدة إلى عمل تليفزيونى.

وفضلاً عن ذلك.. فإن مدير الأخبار هو الذى يعين المنتج المنفذ، وكذلك منتجى مختلف البرامج الإخبارية. ونظراً لصلة المنتج الوثيقة بالبرامج كل يوم، فلعل اختيار المنتج هو أهم قرار يتخذه المدير فى تحديد مصير الأخبار.

وعندما يتعلق الأمر بالقواعد الأخلاقية، أو مدى الصواب فى المضى فى خبر معين، أو عندما يتعين اتخاذ قرارات لمواجهة أزمة معينة.. فإن المنتج المنفذ يلجأ عادة إلى مدير الأخبار.. أما إذا كانت هناك مشكلة تحتمل المساءلة القانونية؛ فالمستشار القانونى للمحطة يكون هو المرجع.

وبينما يحدد المنتج شكل البرنامج؛ بناء على المادة الإخبارية التى بين يديه.. فإن مدير التكليفات هو الذى يحدد الأخبار، التى سيقوم المندوبون المحليون بتغطيتها. وتتدخل عدة عوامل فى اتخاذ القرار.

أولاً : يفيد مدير التكليفات من معرفته بمواهب واهتمامات مندوبيه، فى تحديد دور كل منهم، فى عمليات التغطية المحلية. ويقوم معظم المندوبين بأى تكليف، ومع ذلك.. فلكل واحد منهم نقاط قوة ونقاط ضعف، فمنهم الأكثر مهارة فى تغطية الأخبار الساخنة المتفجرة، وبعضهم قد برع فى الأخبار الخفيفة البسيطة، والبعض الآخر قد يكون لديه استعداد طبيعى للدعابة والمرح، أو يحسن العمل الذى يحتاج إلى تحريات. وربما يهتم مندوب بالقضايا الاجتماعية، بينما نجد آخر له دراية واسعة بالأوساط الحكومية. وحيثما يكون ذلك ممكنا.. يحاول مدير التكليفات المواءمة بين المندوب والمهمة التى يكلف بها، ولكنه ـ فى بعض الأحيان ـ يضطر إلى استخدام أى مندوب، مادام لا يوجد غيره.

ثانياً: مدير التكليفات هو الذى يقدر الأخبار التى تستحق التغطية فى هذا اليوم أو ذاك؛ فأمامه قائمة بالأحداث المحلية، يحصل عليها من الدليل اليومى للأخبار الذى تنشره وكالتا الأسوشيتدبرس A P واليونيتدبرس انترناشنال U P I . ولسوء الحظ.. فإن كثيرين من مديرى التكليفات يعتمدون ـ بشدة ـ على هذه الأخبار المخططة سلفاً؛ لأنها تقدم

المعلومة التى تتوفر فيها عوامل الثقة، بأن شيئاً ما سيحدث فى زمن ما ومكان ما، ويمكن استخدامها على الهواء فى اليوم نفسه، وهى تختلف عن مشروعات الأخبار؛ حيث يخرج المندوب وفريق التصوير - فيما يشبه المغامرة - كى يقفوا على ما يمكن أن يحدث. وتجنباً للمجازفة.. فإن مدير التكليفات يعتمد على دليل الوكالات كجدول أعمال للأخبار. وعندما يسود هذا الاتجاه.. لا يكون رجل الأخبار هو صاحب القرار فيما يهم أو لا يهم، وإنما يتولى عنه ذلك المسئول الحكومى أو عنصر محلى نشط، يدعو لمؤتمر صحفى أو يلقى خطاباً، أو يخطط لمظاهرة. ونتيجة للاعتماد الزائد على دليل الوكالات.. فإن ما يقدم للجمهور ليس بالضرورة هو ما يريده أو يحتاج إلى معرفته.

ومن الطبيعى أن بعض الأحداث التى تنشر فى دليل الوكالات الإخبارى اليومى تستحق التغطية، ولكن مندوب التلكيفات الكفء يجب أن يتحرى مضمون الخبر وقيمته، قبل أن يوفد مندوبا وفريق تصوير لتغطيته.

وفى بعض الأحيان.. يكلف المندوب بإجراء بعض الاتصالات، ويقدم إلى رئيسه تقريراً عن خلفيات الخبر. أما الأفكار الإخبارية الأخرى.. فإنها تستقى من النشرات الصحفية، وهى بيانات تصدرها مؤسسات أو مسئولون، وتتضمن أن قراراً ما قد اتخذ، أو أن حدثاً ما على وشك الوقوع. ولدى معظم المؤسسات الإخبارية ما يسمى بسجل الأحداث المستقبلية، ذات المواعيد المحددة.

ويمكن لخبر ما أن ينشأ من تقرير فى صحف الصباح، وربما يكون زاوية محلية فى خبر محلى تبثه الوكالات. وقد ينشأ بعض من أفضل الأخبار؛ من اهتمامات مدير التكليفات والمنتجين والمندوبين واتصالاتهم وفكرهم الخلاق. يضاف إلى ذلك.. الأحداث التى تقع فجأة على غير انتظار، وغالباً ما يتحول مدير التكليفات إلى إذاعات الطوارئ، الخاصة بالشرطة والمرافق، التى تنبهه إلى وقوع أحداث من هذا النوع.

ثالثاً: يجب أن يضع مدير التكليفات - فى الحسبان - التفاصيل الدقيقة لعملية انتقال المندوب وفريق التصوير إلى مسرح الحدث، ثم العودة بالتقرير الإخبارى وبثه على الهواء، ويستدعى ذلك أن يكون ملماً بالمدينة التى يعمل فيها وضواحيها؛ حتى يستطيع أن

يضع تقديراً دقيقاً للمدة اللازمة للانتقال؛ فلو كان مقرراً أن يبدأ حدث فى العاشرة صباحاً، وكانت الساعة تشير إلى التاسعة والنصف.. فإنه يسأل نفسه: هل سيتمكن الفريق من الوصول والاستعداد فى الوقت المناسب، أم أنهم سيتعثرون بسبب حركة المرور ويصلون متأخرين؟ ويبقى المدير على اتصال بفرق التصوير والمندوبين فى مسرح الأحداث، بوساطة جهاز لاسلكى أو تليفون. وينتظر منه ـ فى كثير من الأحيان ـ أن يصدر إليهم توجيهاته، التى يمكن أن توفر الوقت والجهد. إنه يسأل نفسه: هل يجب عليه أن يرسل سيارة الميني كام لبث المادة مباشرة إلى المحطة؟ أم يجب أن يعد العدة للحصول على الشريط المسجل؟ وما الأحداث الأخرى التى تحتاج إلى تغطية؟ وهل سيتمكن الفريق من التحرك بكفاءة إلى مهمتهم التالية؟ وهل هذا الحدث بالذات يستحق الوقت والجهد المستثمرين فيه؟ أم أن هناك حدثاً آخر لا يقل عنه فى القيمة، ويسهل الحصول عليه؟

كل ذلك يندرج ضمن عديد من المشكلات التى تواجه مدير التكليفات، ويختلف عمله من أوجه عديدة عما يقوم به مدير التحرير فى الصحيفة؛ إذ أنه يجب أن يشغل نفسه كثيراً بالتقنية، إلا أنه ـ مثل مدير التحرير فى الصحيفة ـ يضع فى مقدمة أولوياته أن يقرر ماهية أو نوعية الخبر؛ فنجده يتساءل: هل هذا الخبر ذو وزن؟ هل هو مهم؟ هل للجمهور الحق فى معرفة ذلك؟ وهل يحتاج إلى معرفته؟ وكيف يمكن مساعدة المندوب؛ ليتمكن من أداء عمله كما ينبغى، وعلى نحو يعتد به، وفى الصميم؟

ويبدو كثير من غرف الأخبار فى التليفزيون المحلى، وكأنها تعانى من نقص فى عدد الموظفين؛ مما يؤثر كثيراً على عمل مدير التكليفات. ويعلل ذلك بأن المندوبين، الذين يظهرون على الهواء يحصلون على أجور مرتفعة، ولهذا.. يكتفى بالتعاقد مع عدد قليل منهم. إن الاستثمارات الكبيرة فى أجور الشخصيات أو «النجوم»، لا تترك ما يكفى من الأموال اللازمة للإنفاق على العناصر المعاونة الضرورية من الباحثين، وشباب المنتجين الميدانيين، الذين يمكنهم العمل أيضاً كمندوبين لتغطية الأخبار الروتينية المتوقعة. وسواء كانت هذه هى الأسباب الحقيقية للقصور أم لا.. فإن النتيجة هى أن بعض المندوبين الأكفاء، الذين تدفع لهم رواتب كبيرة يكلفون ـ فى بعض الأحيان ـ بتغطية أحداث بسيطة؛ نظراً لأنه لا يوجد من يقوم

بها. ومن وجهة نظر مدير التكليفات.. فإن الأمر الحاسم هو التأكد من أن زمن النشرة على الهواء عامر كل ليلة بالأخبار، وأن الوحش التليفزيونى الجائع يجد ما يشبعه.

وقصارى القول.. إن مدير التكليفات ينظر إلى الأخبار المحتملة، على ضوء المتطلبات المرئية للبرنامج ككل. ويقتنع معظم منتجى البرامج بأن البرنامج المثقل بالأحاديث سيكون مملاً، فى حين أن البرنامج الذى تغلب عليه المواد الخفيفة - ذات الصور الجذابة - مغامرة تهدد البرنامج الإخبارى بالخفة وعدم الجدية. وسيفرض المنتج على مدير التكليفات أن يسعى إلى بعض التوازن، وأن يفكر فيما تحتاجه النشرة فى شكلها النهائى جملة وتفصيلا.

وعلى سبيل المثال.. إذا اعتزم المنتج أن يبدأ النشرة بخبر قومى أساسى، يقرؤه المذيع الرئيسى للنشرة.. فقد يطلب مدير التكليفات من المندوب أن يغطى زاوية محلية من هذا الخبر؛ ليعرضها بعد المقدمة مباشرة، ولنفرض أن مقدمة الخبر بيان بخفضٍ فى الميزانية الفيدرالية للتأمين الاجتماعى. عندئذ... يستطيع مدير التكليفات أن يطلب إلى المندوب، أن يجرى لقاءات مع المستفيدين المحليين من نظام التأمين الاجتماعى، وعدد من المسئولين فيه؛ ليقف على رأيهم بشأن الآثار المترتبة على خفض المخصصات. ويفى هذا بالاحتياجات المرئية للتليفزيون، ويساعد على إضفاء لمسة إنسانية على مقدمة الخبر المجردة.

إن بعضاً من أفضل الأخبار التليفزيونية، تتم فى اليوم التالى لوقوع الحدث أو خلال متابعته؛ حيث يتسع الوقت للإعداد للقاءات قيّمة وسبر أغوار الموضوع. ويشجع مدير التكليفات الكفء هذه الخطط؛ لأنها تضيف كثيراً إلى تناسق النشرة وجودتها.

وثمة شخصية محورية أخرى فى حياة مندوب التليفزيون، ألا وهى المنتج المساعد الذى غالباً ما يستطيع الكتابة أيضاً. وتنتظر معظم المحطات المحلية من مندوبيها أن يجمعوا أخبارهم ويكتبوا مادتها، ولكن المندوب يقوم - فى بعض الأحيان - بتغطية أكثر من خبر فى اليوم الواحد، يتم إعداد واحد أو اثنين منها فقط للإذاعة، ويعد النص الخاص بها ليقرأه مذيع النشرة، ويتولى الأمر المنتج المساعد المقيم فى المحطة وفق مقترحات المندوب فى مسرح الحدث، ويحدد الجزء الذى يتم اختياره للإذاعة من تسجيلات الفيديو الصوتية، ويبلغه إلى المونتير الذى يجمع أجزاء الخبر، ثم يكتب النص للمذيع.

وعلى مستوى الشبكة.. يخرج المنتجون فى معظم الأحيان مع المندوبين وفرق التصوير - أثناء التغطيات الميدانية - للإشراف على التصوير وإنتاج الأخبار. ويخفف وجود المنتج أعباء المندوب؛ فتتاح له الفرصة كاملة لجمع المعلومات وكتابة الخبر.. إلا أنه يجب أن يتعاون المندوب تعاوناً وثيقاً مع المنتج الميدانى، ويشاركه الرأى فى إدارة الموضوع وإخراجه بالطريقة المثلى؛ حتى يستطيع المنتج أن يحصل على المادة اللازمة لعرض الخبر.

وثمة شخصية محورية أخرى، هى المونتير، الذى يجهز الخبر ويضعه فى مكانه من البرنامج الإخبارى. ونجد المصور - فى كثير من المؤسسات الإخبارية - يعمل مونتيراً أيضاً. وفى ذلك مزايا؛ إذ يعرف المصور بدقة الصور التى تم التقاطها، فضلاً عن إلمامه بموضوع الخبر، إلا أنه قد يكون شديد الانتماء للخبر؛ مما يفقده القدرة على الموضوعية وهذا عيب، إلى جانب أن تكليفه بالمونتاج يعطله عن عمله الأصلى.

ويرسل المندوب تعليماته إلى المونتير مكتوبة أو يعود إلى المحطة، ويجلس إلى جانبه فى أثناء المونتاج لإعطائه التعليمات. ويجب أن يكون فى ذهن المندوب تصور لتجميع المادة، وقد يرى المونتير الكفء من إمكانات بناء الخبر وتعاقب عناصره، ما يفوق المندوب، الذى يجب عليه أن يتأمل اقتراحات المونتير، الذى يستطيع أن يضفى رونقاً وإثارة على الخبر.

وعند الانتهاء من تصميم الخبر.. يشرع المندوب فى كتابته على حسب مدته، وبحسب مايحتاجه للتعليق أو التمهيد للمقاطع الصوتية فيه. وعندما يفرغ من ذلك.. يبدأ فى تسجيل تقريره بصوته على شريط فيديو كاسيت، يأخذه المونتير ويضع عليه أجزاء الفيديو، التى تم الاتفاق عليها مع ضبط الصور؛ حتى تلائم التعليق تماماً، وهنا يتطابق الصوت والصورة بشكل يثير الإعجاب.

ثم ترسل نسخة من البرنامج النهائى إلى المخرج، الذى يضع عليه علامات إرشادية، تحدد حركة الكاميرات والفيديو والرسوم التوضيحية، وما إلى ذلك من العناصر الفنية.

ويأخذ المخرج مكانه فى غرفة المراقبة، أثناء إذاعة النشرة على الهواء؛ لإصدار أوامره وإشاراته الخاصة ببدء تشغيل الفيديو والصوت ووسائل الإيضاح، وهو المسئول عن الحالة التى تبدو بها النشرة على الهواء.

الفصل الثامن عشر

ماذا عن المستقبل ؟

تتغير تكنولوجيا التليفزيون بسرعة خاطفة، والمستقبل واعد؛ فيما يتعلق بتطور عدد كبير من الوسائل، التى ستجعل عملية جمع المعلومات أيسر وأسرع.

فمنذ سنوات قليلة.. كانت عمليات الأخبار تتم بوساطة الأفلام بدلاً من شرائط الفيديو، وكانت الأفلام غالية؛ لأنه لا يمكن استخدامها مرة أخرى. وفضلاً عن ذلك.. فإنه نظراً لضرورة إعادة الأفلام إلى المحطة لتحميضها.. كان المندوبون يضطرون إلى سرعة إنهاء أعمالهم فى موقع تغطية الحدث؛ لإتاحة الوقت الكافى للتحميض. وقد أدى ذلك إلى تقليص الوقت المتاح للتغطية الميدانية، وتأجيل تجميع الخبر. ولقد أصبح استخدام شرائط الفيديو بدلاً من الأفلام منتشراً- على نحو شبه تام- فى أنحاء الولايات المتحدة. ومازال الفيلم يستخدم فى الموضوعات التسجيلية، التى لا تحتاج إلى عامل السرعة، أما معظم المحطات.. فإنها تستخدم الوسائل الإلكترونية فى تغطية الأحداث اليومية.

إن جمع المادة الإخبارية باستخدام الوسائل الإلكترونية E N G ، يجعل من السهل على المندوب مشاهدة المادة المصورة، أثناء وجوده فى موقع الحدث. وفى حالة عدم رضائه عن أية نقطة.. يمكنه إعادة تصويرها، قبل أن يعود إلى المحطة.

إن كاميرات «المينى كام» تتيح فرصة استخدام الميكروويف، فى بث الصورة على الهواء إلى المحطة؛ حيث يمكن للمنتج المنفذ أو مدير التكليفات أن يتابع الخبر خلال تصويره.

ويمكن لسيارة الميني كام أن تبث الخبر إلى طائرات الهليكوبتر، التي تستطيع بدورها بثه إلى المحطة من أماكن، كان من المستحيل الوصول إليها. ويستطيع المندوب الآن أن يبث الأخبار المهمة حية من موقع الحدث، بعد أن كان المتاح من قبل هو تغطيتها في أسطر قليلة، يقرؤها كبير المذيعين بلا صورة.

وتلعب أقمار الاتصالات الجديدة الأكثر فاعلية دورها، في جعل كل هذه العمليات أسهل في التطبيق؛ بالنسبة للأخبار التي تقع في الجانب الآخر من العالم.

ولما كانت الأجهزة الحديثة تزداد صغراً، وتصبح أيسر في حملها.. فإنه يمكن إدخال الكاميرات في ظروف، كانت تتعذر على المعدات القديمة الضخمة.

من الواضح أن هناك تطوراً هائلاً في الوسائل التكنولوجية الحديثة. ولكن الهدف الرئيسي للصحفيين هو استخدامها في زيادة جود المادة الإخبارية، ويعني ذلك كيفية استخدامها؛ لرفع الوعي العام، واستيعاب الأحداث والأفكار المهمة.

لقد لاحظنا - من قبل - الطريقة التي يمكن أن تستخدم بها كاميرات «الميني كام» للإذاعة الحية بذكاء أو حمق، وأن المتطلبات المرئية للتليفزيون يمكن أن تلوي الحقيقة. إن العرف السائد في المحطات المحلية، والقائمة على الضرورات الاقتصادية للتنافس والبقاء، إنما تشكله قوى، ليست مكرسة دائماً للخدمة الجماهيرية الجادة المسئولة.

ولا تقدم التقنيات الفورية الحديثة إجابة وافية عما هو الخبر، وكيف يمكن نقله على أفضل وجه. وبدلاً من ذلك.. فإنها تخلق ديناميكية داخلية، تفضل ما هو أسرع وأسهل وأشد تأثيراً، مع تفاهته في أغلب الأحيان.

ولما كانت الإدارة تملك هذه التقنية وتستثمر فيها أموالاً كثيرة.. فإنها غالباً ما تُستخدم بغض النظر عن المضمون، تبريراً لهذا الاستثمار.

وفي خضم الاندفاع لاستخدام التقنية بهذه الطريقة.. تجري تغطية أحداث لا قيمة لها، بينما لا تغطى الأحداث القيمة التي تحتاج إلى بعض الوقت، لتقصي معلوماتها والتثبت منها.

إن ما يحدث في أخبار التليفزيون يرتبط بالتطورات التي تطرأ على التقنية. لقد ابتدعنا عرفاً وثيقاً بفكرة التقدم؛ فإذا اكتشفنا كيف ننجز شيئاً ما، أقبلنا على فعله وتركنا النتائج معلقة.

وفقاً لهذا المفهوم.. بنينا آلة صناعية، طحنت العمال وفتحنا الشهية للسلع الكمالية، وسممنا الجو والأرض والماء. لقد أنشأنا محطات تعمل بالطاقة النووية، قبل أن نضع تصوراً لكيفية التخلص من النفايات المشعة، وأنشأنا الطرق السريعة لخدمة الملايين من سائقى السيارات الجديدة، وفتحنا بذلك المجال أمام الضواحى للتطور السريع، وهكذا دمرنا معظم القاعدة الاقتصادية للمدن.

وإذا كنا قد فعلنا ـ على نطاق اجتماعى أوسع ـ أشياء كثيرة، تتسم بالجهالة والعناد والاستهتار؛ جرياً وراء التقنيات الحديثة، فلماذا نتوقع مزيداً من الانضباط والحكمة وتقدير العواقب من قِبل مديرى الأخبار فى التليفزيون؟ ولابد للإجابة عن هذا السؤال من بحث ما تنطوى عليه من حاجات نظامنا السياسى؛ فاحتياج الحكومة النيابية الفعالة إلى ناخب متعلم لايزال حتى اليوم مبدأ أساسياً سليماً، كما كان فى القرن الثامن عشر، عندما استقلت الولايات المتحدة عن بريطانيا.

واليوم.. حيث يستقى معظم المواطنين معلوماتهم، عما يحدث فى العالم من أخبار التليفزيون.. فإن نوعية هذه الأخبار يمكن أن تؤثر تأثيراً خطيراً فى اتجاهات الرأى العام ومقوماته.

وهناك خطر حقيقى فى أن مستقبل هذه الأخبار ستحدده الطبيعة المذهلة للتكنولوجيا الحديثة، وليست المقتضيات الصحفية الجادة. إن ظاهرة تقديم الأخبار بلا مادة إخبارية حقيقية، لا تختلف عن تقديم وجبة تنقصها القيمة الغذائية اللازمة. وخاتمة المطاف أن يعانى المشاهد من سوء تغذية المعلومات.

ومثلما يحتاج المندوب إذا تناول موضوعاً أن تكون أسئلته صائبة.. فكذلك الحال بالنسبة لصناعة الأخبار التليفزيونية، فى تعاملها مع التقنيات الحديثة. والسؤال الذى يطرح نفسه هنا هو: كيف يمكن الوصول إلى الخبر بسرعة وتقديمه فى صورة براقة؛ بحيث يجذب أكبر عدد من المشاهدين لمتابعة برامجنا؟

ولنطرح السؤال بصورة أفضل، نقول: ما الذى يحتاج الجمهور لمعرفته وسط عالم خطير يزداد تعقيداً، وكيف يمكن تعبئة التقنيات الحديثة لتقديم هذه المعلومات؟

ولمواجهة الهدف الكبير الخطير الذى ينطوى عليه هذا السؤال.. يجب على أخبار التليفزيون أن تتصدى لما يسميه كريستوفر لاش Christopher Lasch بالثقافة «النرجسية»، التى أسماها الآخرون بثقافة الاستمتاع بالملذات، والإشباع الفورى. وإذا كان مستهلك المادة الإخبارية، مثل مستهلك بنطلونات الجينز أو المعلبات يهتم فقط بالمنتج، الذى لا يسبب له ضيقاً، والذى يجعله يشعر بأنه فى حالة طيبة.. فإن هذا الإحساس لابد أن ينعكس على المادة الإخبارية التى تقدم على شاشة التليفزيون. إن صانعى الأخبار يعتقدون أنهم يقدمون للمشاهدين ما يحتاجون إليه، الحركة والتسلية والمادة المصورة التى تشد الانتباه، وكثير من الحوارات الممتعة. ومع ذلك.. فلم تثبت الأخبار المحلية ـ بوجه عام ـ قدرتها على جذب الجمهور، الذى هو هدف المعلنين.

وكان من الممكن أن يصبح المستقبل مظلماً، لولا أن قنوات إخبارية أخرى تلوح فى الأفق، وسوف يستطيع المواطنون الحصول على أخبارهم المحلية من مصادر إضافية، بفضل شبكات «الكابل» الإخبارية، والمحطات الصغيرة، وبعض قنوات الاتصال الأخرى.

والمشكلة هنا هى أن هذه الخدمات الحديثة، تتطلب أن يدفع المواطن ثمنها؛ مما يعنى أن من لا يستطيعون أو لا يريدون أن يدفعوا، سيضطرون إلى العيش على كفاف الأخبار التى تقدمها المحطات المحلية. ونتيجة لذلك.. ستصبح لدينا شريحة من المجتمع تحصل على معلومات أكثر وأفضل، بينما تقتات شريحة أخرى بالفتات. أما كيف يمكن أن يترجم ذلك إلى قرارات أمام صناديق الإقتراع.. فهذا أمر لا يمكن الجزم به؛ إذ يخضع لمجرد التخمين، ولكنه لا يكاد يكفى لقيام حكومة ديمقراطية واعية.

لابد من تقدير الأخطار التى تنجم عن التكنولوجيات الحديثة للتليفزيون، قبل أن تندفع المحطات إلى استثمار أموال طائلة فيها. وسيكون من الحكمة أن نبحث على الأقل، المخاطر الصحفية، وأن نمارس انضباطاً فى استخدام التكنولوجيا؛ حتى تنخفض الأخطار إلى أدنى مستوى لها، ولعل من أهم هذه الأخطار :

عدم الدقة :

فمن حق الجمهور الحصول على معلومات دقيقة محايدة ومتوازنة. إن إيمان الجمهور بالصحافة والمادة الصحفية، يرجع إلى الاعتقاد بأن المعلومات التى تقدمها المؤسسات

الإخبارية جديرة بالثقة. ولا يستطيع المندوبون دائماً تحرى حقائق الموضوع؛ بسبب الاندفاع للإذاعة المباشرة على الهواء وتحقيق السبق؛ مما يزيد من مخاطر نشر معلومات غير دقيقة.

عـدم الأهمـيــة :

من حق الجمهور أن يتوقع أن ما يسمى بالأخبار، هو أخبار بالفعل، وأنها تستحق النشر مطبوعة أو على الهواء. ويتمثل إغراء التكنولوجيا الجديدة فى التليفزيون فى تغطية الأخبار الدرامية، ذات الصور الآسرة، حتى إذا كانت تنطوى على أهمية ضئيلة للمشاهد.

الحقيقة الممسوخة :

وفى محاولة لاستثارة المشاهد بالصورة.. تميل الأخبار إلى تركيز الصورة على الاستثناءات المليئة بالحركة والحياة، التى تجافى الحقيقة، بدلاً من الالتزام بالقواعد السائدة، التى تعبر بصدق عن الواقع. ومن أجل إضفاء السمة الإنسانية والحيوية على الخبر.. يعمد التليفزيون إلى استخدام الأسلوب الدرامى، حتى لو فشل فى تقديم الموقف الحقيقى. وسعياً وراء ما أسماه روبرت ماكنيل Robert MacNeil مراسل إذاعة P B S بالجزء المؤثر، ومقطع الصوت الحيوى.. تضيع بعض عناصر الحقيقة.

السطحيــة :

إن السعى وراء الفورية والصور الدرامية غالباً ما يقود الأخبار المحلية إلى عرض أخبار تفتقر إلى التفسير المناسب أو الخلفية اللازمة. وهكذا.. يُمطر المشاهد بمعلومات وصور مبعثرة، مع جهد قليل لربطها بالأحداث والأفكار الأخرى، أو وضعها فى إطارها التاريخى. إن المشاهد يعرف ما حدث، ولكن الإفصاح اللازم للفهم مفقود.

تلاعب المصادر :

يعرف المسئولون والتجمعات الشعبية أن كثيراً من أنشطة الأخبار، تتجه إلى إذاعة الأخبار على الهواء مباشرة. ونتيجة لذلك.. فإنهم يحددون لأخبارهم المقتحمة التى تعد (شبه أحداث) مثل (المؤتمرات الصحفية والخطب والمظاهرات) مواعيد تتفق مع إذاعة الأخبار المحلية على

الهواء؛ فالبيان الرسمى المقرر له الساعة السادسة والدقيقة الخامسة مساء، يحتمل أن يذاع على الهواء، بلا منازع ولا مونتاج، وفى مقدمة أخبار المساء. وفضلاً عن ذلك.. فإن المندوب لا يجد الفرصة ـ بسبب التوقيت ـ لمتابعة الموضوع، والحصول على وجهات النظر المعارضة. ولقد أدركت بعض المؤسسات الإخبارية ذلك، وهى ترفض أن تنقل مثل هذه الأخبار على الهواء، ولكن هناك محطات أخرى ترحب بهذه الفرصة لإبراز قدراتها التكنولوجية، ونقل المشاهد إلى مسرح الحدث فور حدوثه.

صحافة الأزمة :

إن أفضل أنواع الصحافة هو ما يغوص تحت السطح، وينبه الرأى العام إلى شئون تتطور نحو التأزم. وهذا النوع من الصحافة هو نقيض التغطية الحية «بالمينى كام»، ويحتاج إلى فكر واستعداد وبحث، وتخطيط حريص. ويعنى ذلك إجراء مقابلات كثيرة ومونتاجها بعناية، وتجميع الخبر على نحو يبرز الموضوع، كما أن التكنولوجيا الحديثة لا تشجع على هذه التغطية. وبدلاً من ذلك.. فإن الأخبار تغطى عندما تصل إلى نقطة الأزمة، وليس قبل ذلك، ويدفع المشاهدون دفعاً إلى الأزمة الدرامية، ولديهم معلومات مسبقة قليلة، واستعداد محدود لفهم المسار الذى أدى إلى الأزمة. ونتيجة لذلك.. فإن قطاعاً كبيراً من الرأى العام، يتشكل فى مناخ طارئ كرد فعل للأزمة، فى حين أن الرأى العام ـ الذى ينضج بالمعرفة، على مهل ـ يكون أكثر إيجابية فى تشكيل رد الفعل الحكومى.

انخفاض مستوى المندوب :

تحفز التكنولوجيا الحديثة مديرى الأخبار ـ بقوة ـ إلى التعاقد مع مندوبين، يتمتعون بطلاقة اللسان، ويستطيعون الإذاعة على الهواء حتى لو كان مستوى التغطية دون المراد. ويسود الاتجاه فى أخبار التليفزيون نحو التعامل مع أشخاص تحتل مواهبهم ـ كمندوبين ـ الدرجة الثانية بعد مواهبهم كنجوم، مع أنه لا بديل عن المندوب المثقف، صاحب الفكر المبدع، ذى الخلق، لنقل الأخبار إلى الجمهور. ومن المحتمل أن ينبذ مستقبلاً المندوب الذى يؤثر التأنى والحرص فى جمع الأخبار ووسائل تغطيتها؛ مما يشكل خسارة فادحة بالنسبة لصناعة الأخبار التليفزيونية والجمهور أيضاً.

ومن الواضح أن أخبار التليفزيون؛ لا سيما المحلية، تخوض صراعاً شديداً لتحرير روحها من الشيطان، ويمزق الصراع بين قيم الترفيه والصحافة الجادة كثيراً من العاملين فى مجال الأخبار. وهناك ضغوط من إدارة المحطة لإحراز السبق، وزيادة الإيراد، وإنعاش المنتج الإخبارى بشئ من المرح، وتلبية ضغوط التكنولوجيا الحديثة فى تقديم الأخبار، التى تتميز بالسرعة والتسلية والحيوية. وكثيرون ممن يتجهون إلى العمل فى أخبار التليفزيون جادون، ويريدون خدمة الجمهور، والحفاظ على مستوى عال من القيم الصحفية.

وفى وقت يتصارع فيه المواطنون مع قضايا عاجلة ومعقدة وحيوية، ويتجهون إلى التليفزيون كمصدرهم الرئيسى للمعلومات.. فإن لأسلوب مديرى الأخبار والمنتجين والمندوبين وإدارة المحطة فى حل مشاكلهم، تأثيراً مهماً متشعباً على المجتمع ككل. وتستطيع أخبار التليفزيون أن تنقل الحقيقة، وأن تشكلها على نحو آخر كما يحدث فى مرايا الملاهى. ويفتقر المواطنون الذين يرون أنفسهم فى مرايا الملاهى إلى الاستعداد الكافى لفهم العالم الحقيقى، أو التصويت، أو التصرف بحكمة وجدية.

مصطلحات خاصة

وقت الإذاعة (Air-Time)

الساعة التى تبدأ فيها إذاعة البرنامج الإخبارى (النشرة)، وتستخدم أيضاً للإشارة إلى المدة المسموح بها للخبر.

أ . ب (A.P)

وكالة أنباء الأسوشيتدبرس

رول ـ أ (A-Roll)

بكرة التسجيل الذى عليه الخبر بالصورة والصوت.

مجموعة (Block)

جزء من البرنامج الإخبارى بين مجموعتين من الإعلانات.

رول . ب (B-Roll)

البكرة الثانوية التى تحمل الصور الصامتة، التى توضع على مادة البكرة الأولى. وقد جرت العادة أن تضم كذلك اللقطات التحويلية.

الميزانية (Budget)

تسمى أيضاً ميزانية الأخبار، وهى قائمة بالأخبار المتاحة للمنتج ليعرضها فى برنامجه.

مدير التصوير أو المصور (Camera Operator)

الشخص المسئول عن التقاط الصور فى موقع الخبر.

عامل الجاذبية (Charm Factor)

وتمثل خطورة فى أن يفقد المندوب موضوعيته، عندما يواجه مصدر أخبار يتمتع بالجاذبية.

سينما الحقيقة (Cinéma Vérité)

شريط الفيديو أو الفيلم، الذى يُلتقط فى جو أشبه بالطبيعى، مع تدخل طفيف جداً من جانب المندوب أو الكاميرا.

لقطة تحويلية (Cutaway)

لقطة تحول الانتباه قليلاً عن المجرى الرئيسى للخبر، وإن كانت متصلة به، وغالباً ما تستخدم لتغطية قطع مونتاج أو إحداث راحة بصرية فى الأجزاء الطويلة.

السجل اليومى (Day book)

قائمة مسبقة بأحداث اليوم، ترد على وكالات الأنباء.

جزء الختام **(End-piece)**

الخبر الأخير في النشرة.

إى . إن . جى **(ENG)**

جمع الأخبار إلكترونياً. معدات تسجيل الفيديو وملحقاتها الفنية التى تكفل التغطية على الهواء.

اللقطة التأسيسية **(Establishing Shot)**

لقطة تظهر مسرح الحدث فى إطاره الكامل؛ فتكشف الخلفية والجو وعلاقات العناصر، فهى لقطة شاملة.

خاص **(Exclusive)**

الخبر الذى ينفرد به المندوب.

إف . سى . سى **(FCC)**

لجنة الاتصالات الفيدرالية، اللجنة التى تصدر التراخيص، وتباشر الإشراف على محطات الإذاعة.

منتج ميدانى **(Field producer)**

الشخص المسئول عن الصورة والصوت، وتصميم تعبئة الخبر خلال تكليف ميدانى.

المسئول الإعلامى **(Flak)**

متحدث رسمى. مسئول إعلام أو علاقات عامة.

سجـــل الأحـــداث المستقبليـــة (Futures File)

مجموعة من الأخبار المحتملة، تغطى فى مواعيد محددة فى المستقبل.

تخفيض الصوت (Half-Track)

الصوت الطبيعى على شريط الفيديو، الذى يخفض أثناء الإذاعة حتى يعلو عليه صوت المذيع أو المعلق.

نشرة صحفية (Handout)

منشور إخبارى تبعث به وكالة حكومية أو هيئة خاصة إلى المؤسسات الإعلامية.

المقابَل أو الضيف (Interviewee)

الشخص الذى تجرى المقابلة معه.

قطع قافز (Jump Cut)

وضع لقطه إلى جانب أخرى من نفس المشهد، تترتب عليها قفزة مفاجئة فى الصورة، ويمكن إخفاء هذه القفزة بتغطيتها بلقطة تحويلية.

ميكروفون العنق (Lavalier Mike)

ميكروفون يوضع حول عنق المندوب، ويلبس المقابَل مثله. ويستخدم هذا النوع بدلاً من ميكروفون اليد.

مقدمة (Lead)

الفقرة الأولى فى الخبر، وغالباً ما تُكتب لمذيع النشرة.

(Lead in)

وصلة تمهد لنقل مهمة متابعة عرض الخبر لشخص آخر (كما يحدث فى حالة نقل المذيع استكمال الخبر إلى المندوب، أو الانتقال إلى جزء آخر من الخبر بالفيديو).

رجل الشارع (Man - on - The - Street)

عينة عشوائية من الرأى العام، وتؤخذ عادة فى مكان عام.

مينى كام (Mini Cam)

كاميرا فيديو محمولة، تجعل من الممكن نقل الخبر حياً إلى المحطة حال وقوعه، وتسمى أحياناً أكشن كام.

أرشيف (Morgue)

مكتبة قصاصات الأخبار، التى سبق نشرها فى الصحف.

أو. سى (O. C)

فى الكاميرا. وتعنى أن المندوب أو المذيع على الهواء من الأستديو، أو يرى فى الكاميرا.

الإيقاع (Pacing)

التوالى الداخلى لعناصر الخبر؛ بحيث يشد ترتيبه اهتمام المشاهد وانتباهه.

مودة (Rapport)

علاقة حميمة قائمة على الاحترام، بين المندوب ومن يجرى معه المقابلة (المقابَل) مما يُحسّن فرص الحوار الأمين المفتوح.

سؤال مُعاد (Reverse Question)

سؤال سبق طرحه يعيده المندوب بعد انتهاء التسجيل الأصلى. وهنا تتحول الكاميرا عن الضيف أو المصدر الإخبارى؛ لتلتقط وجه المندوب، وهو يسجل السؤال مرة أخرى.

عنوان (Slug)

عنوان الخبر فى كلمة أو كلمات.

إس . أو . تى (SOT)

صوت على الشريط.

مقطع بالصوت (Sound-bike)

جزء محدد من الخبر المصور يُختَار لإذاعته.

التربص (Stakeout)

ينتظر المندوب وفريق التصوير خارج مسرح الحدث؛ آملاً فى إجراء مقابلة، عَندما ينفض المشتركون فيه.

تسجيل حى. بدء تسجيل الخبر (Stand up)

تسجيل للمندوب فى موقع الحدث، وهو يتحدث أمام الكاميرا، وكمدخل للخبر.

التركيب فوق الصورة (Super)

أو (فى. إف وهى اختصار فيديو فونت): وهى كلمات وأرقام تطلق إلى الشاشة من غرفة المراقبة، وهى عادة تعريف بالمتحدث الذى تظهر صورته فى الوقت نفسه.

فنى (Technician)

وفى بعض الأحيان يسمى فنى الصوت، وهو مسئول عن تشغيل مسجل الفيديو كاسيت وجودة الصوت.

جهاز التلقين (TelePrompTer)

جهاز يعين المذيع على قراءة النص، وهو ينظر مباشرة إلى الكاميرا فى الأستديو.

لقطة ثنائية (Two- Shot)

صورة تضم المندوب وضيفه، ويمكن أن تستخدم لبدء المقابلة أو كلقطة تحويلية.

يو . بى . آى (UPI)

وكالة أنباء يونيتدبرس العالمية.

فى. سى. آر (VCR)

مسجل الفيديو كاسيت، الذى يحتوى على ماكينة تسجيل الصوت والصورة، ويتصل مع الكاميرا بكابل تليفزيونى.

تعليق (Voأو Voice-Over)

المادة الإخبارية التى تُقرأ، أثناء عرض صور الفيديو على الهواء.

فى . تى . آر (VTR)

تسجيل شريط الفيديو

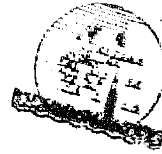
معلن النبأ (Whistle-Blower)

شخص يكون عادة فى الحكومة أو مؤسسة خاصة، ينقل إلى الآخرين معلومات، يعتقد أن من حق الجمهور أن يعرفها، وهو غالباً مايتبع أسلوب التسريب.

عازل رياح (Wind- Sock)

غطاء للميكروفون، يستخدم عند التسجيل؛ لخفض ضوضاء الرياح إلى أدنى حد ممكن.

رقم الإيداع : ٣٧٤٤ / ٩٣



عربية للطباعة والنشر
١٠٤٧ شارع السلام ــ أرض اللواء المهندسين
ت: ٣٠٣٦٠٩٨

Carolyn Diana Lewis

REPORTING FOR TELEVISION

هــذا الكتــاب

يتناول هذا الكتاب .. مهمة المندوب لجمع الأخبار وما يتعرض له من ضغوط ، وكتابة التعليق الاخبارى ، وإجراء اللقاءات في موقع الأحداث أو خارجها وإذاعة الأحداث ، كما يعالج أوضاع الكاميرا ، والقطعات في هذه اللقاءات .

ولهذا .. فلا يقتصر ـ هذا الكتاب ـ على عمل المندوب الاخبارى في جمع الأخبار من مصادرها المختلفة فقط ، إنما هو أشمل من مجرد التغطية الاخبارية بالشكل التقليدى .

هذا الكتاب .. يتسع ليشمل الإذاعة والتقنيات المتصلة بعمل المندوب ، المحرر ، المذيع ، المونتير ، مدير التحرير ، ومستوى الانتاج .

هذا الكتاب .. رؤية علمية وعملية حديثة في مجال أكبر محطات التليفزيون الأمريكية ، ويعد كتاباً هاماً لكل من يعمل في مجال الإعلام والتليفزيون ، وكذلك القارئ المثقف الذى يحتاج إلى خبرة ومعرفة كيفية نقل الأخبار عبر التليفزيون .

وبالله التوفيق ،،

الناشر

ISBN : 977-5201-35 - 7

ACADEMIC BOOKSHOP

